

CPI

学会

GDP

经济学

PPI

钱就

好赚了

XUEHUI JINGJIXUE
QIANJIU HAO ZHUANLE

经纬◎编著

作为现代经济社会的一员，当你面对“CPI”、“GDP”、“PPI”等经济名词而不知所云的时候，你的确应该学一学经济学了。尤其是年轻人，你的未来与经济紧密地联系在一起，学会利用经济学这个工具，为自己的未来打下一个良好的基础，将会让你终生受益匪浅。

中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

学会经济学钱就好赚了 / 经纬编著. —北京：中国商业出版社，
2011.10

ISBN 978-7-5044-7441-4

I. ①学… II. ①经… III. ①经济学—通俗读物
IV. ①F0-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 196446 号

责任编辑 孙锦萍

中国商业出版社出版发行

010-63180647 www.c-cbook.com

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店总店北京发行所经销

北京绿谷春印刷有限公司印刷

★ ★ ★ ★ ★

710×1000 毫米 16 开 21 印张 270 千字

2012 年 4 月第 1 版 2012 年 4 月第 1 次印刷

定价：32.80 元

★ ★ ★ ★ ★

(如有印装质量问题可更换)

前言

作为现代经济社会的一员，当你面对“CPI”、“GDP”、“PPI”等经济名词而不知所云的时候，你的确应该学一学经济学了。尤其是年轻人，你的未来与经济紧密地联系在一起，学会利用经济学这个工具，为自己的未来打下一个良好的基础，将会让你终生受益匪浅。

著名经济学茅于軾给年轻人提出了这样的忠告：经济学是社会科学中最有实用价值、最成熟、研究的人也最多的一门学问。它既非常深奥，又平实易懂，就看我们怎么学。一个人不学经济学也能懂一般的经济规律，比如说物以稀为贵，这就是经济学。但是学过经济学就懂得更深刻，问题看得更透，而且能够用经济学的规律来解释世界，判断事物的是非，估计局势的发展。另外，经济学又有助于我们懂得人生，建立良好的人生观，处理好和周围人群的关系，懂得个人的社会责任。学好经济学不但自己享受人生，同时也能帮助别人享受人生；懂得怎样赚钱，怎样花钱，要做钱的主人，不做钱的奴隶。

在现代经济社会，经济学时刻在影响着我们的生活，比如：社会保障、房价上涨、教育、医疗、保险、就业等，这些都与我们的生活密切相关。那么，经济学到底是什么呢？著名的经济学大师戴维·弗里德曼给我们做出了形象的解释。弗里德曼认为，经济学是一个强大的工具，它有助于我们理解物价为什么会上涨，政府为什么会推出限价房政策，为

什么美国会发生次贷危机等问题。经济学的主题内容不是金钱，而是理性。弗里德曼指出，经济学是理解人们行为的方法，它源自这样一个假设——人人不仅有自己的目标，而且还会主动选择正确的方式以实现这些目标。

当你学习了经济学之后，你就会明白——为什么人民币升值是一把双刃剑？为什么油价只追高不追低而粮价只追低不追高？为什么今天的一元钱比明天的一元钱更值钱？为什么冰岛遭遇国家破产危机？为什么东西越贵反而越有人买？更为重要的是学习了经济学，可以帮助我们练就一种理性的思维方式，具备了这种思维，我们才能游刃有余地应对生活中的很多问题，使自己获得最大的收益。

为了帮助广大读者全面系统地学习经济学，我们精心编写了这本名为《学会经济学钱就好赚了》一书，本书注重普及性与实用性，结合了最新的社会经济现象，详细地介绍了这些现象背后的经济学原理与常识。本书通俗易懂，生动有趣，可谓是一本专门写给年轻人的经济学百科全书。

目 录

第一章 生活经济学

为什么九成“80后”表示无力赡养老人？为什么2011年国家再次提高了退休人员养老金水平？为什么“豆你玩”、“蒜你狠”、“姜你军”会成为2010年网络热词？为什么老百姓感叹：可以跑不赢刘翔但要跑赢CPI？为什么都市人喜欢回归农村大土炕式的幸福？其实，经济学就在我们身边，而且与我们休戚相关，学习经济学的目的就是要学会用经济学的思维看待生活！

经济学中的人都是自私的	003
学会像经济学家那样思考问题	004
养老保险具有强制性	007
消费者物价指数	010
为什么物价越来越高	012
衡量家庭生活穷富的标尺	014
为什么保姆越来越难找	017
你的幸福指数是多少	020

第二章 市场经济学

为什么每逢双节来临之际，猪肉的价格会悄然上涨？为什么国内食

用油的价格会出现屡屡上涨的态势？为什么油价只追高不追低而粮价只追低不追高？其实，这些现象的背后，有一只看不见的大手在进行操纵

.....

商品是我们最好的朋友	025
惹起众怒的天价行为	026
为什么白菜到了浙江能卖高价	028
成本的概念	031
亚当·斯密与经济自由主义	033
经济学中的逆向选择	036
消费者剩余	038
价格波动	041
市场不是万能的	044

第三章 宏观经济学

为什么全球最发达的国家美国会成为全球最大的负债国？为什么政府报告中说的最多的是 GDP？为什么中国国土资源部在 2010 年要求抑制地价上涨过快？为什么有的地方不愿意摘下“穷困县”的帽子？为什么有些公司想方设法虚开发票？要解读这些现象，我们要学点宏观经济学的常识。

GDP——国内生产总值	049
GNP——国民生产总值	051
看得见的手——宏观调控	053
货币政策	056
公平与效率之间的关系	060
为什么美国会成为最大的负债国	063
为什么欧盟国家会支持欧元	066

国家财政补贴政策	068
什么是增值税	070
PPI——生产者物价指数	073
限价政策的作用	076

第四章 金融经济学

为什么今天的 100 元会比明天的 100 元更值钱？为什么银行加息提前还房贷并不划算？为什么油价波动往往与热钱有关系？为什么美国会出现次贷危机？为什么冰岛会面临国家破产？为什么现代人坐在家里也能“逛街购物”？要了解这些现象背后的真正原因，我们必须学点金融学常识。

为什么金融危机来了要拉动内需	081
货币的时间价值	083
银行加息提前还房贷不划算	085
为什么墨西哥人总能喝到免费啤酒	089
为什么一两黄金买不到一斤大米	092
现代人融资越来越便捷	095
商业银行的主要职能	097
兴风作浪的热钱	099
为什么美国会发生次贷危机	102
为什么冰岛会破产	105

第五章 消费经济学

为什么富二代买豪车会成为公众焦点？为什么女人的钱最容易赚？为什么会出现买涨不买跌的现象？为什么同一款车中国人要比美国人掏更多的钱？为什么超市喜欢搞打平价、折扣、店庆等活动？为什么金融

危机背景下，政府要拉动内需？要做一个理性的消费者，我们就得懂一点消费经济学。

三鹿奶粉垮了燕麦粥火了	111
为什么东西越贵反而越有人买	112
为什么人会买高价药	114
消费效用是一种心理满足程度	116
消费总是非理性的	121
为什么中国人买车比美国贵	124
商场超市中的平价策略	127
购物时最好不要问最低价	129
炫耀性消费心理	132
中国人与美国人的消费观念	135
为什么女人的钱最好赚	138

第六章 管理经济学

为什么北大才子当街卖猪肉会成为新闻？为什么不懂电脑的马云也会成为 IT 业的老大？为什么姚明被称为“中国最大的单个出口商品”？为什么有麦当劳的地方就有肯德基？要知道答案，我们需要用管理经济学来分析……

为什么有麦当劳的地方会有肯德基	143
开了一家电影院火了一批小吃店	146
效率工资与民工荒现象	149
从北大才子卖猪肉说起	151
人才经济学	154
无法挽回的成本——沉没成本	157
为什么企业总想着扩大规模	159

产品也有“生老病死” 162

为什么姚明能日进斗金 164

低成本激励 169

第七章 营销经济学

为什么商家纷纷推出买二送一的活动？为什么菜农会遭遇丰产不丰收的困境？为什么北京、上海、广州等地的车展上美女车模们会出尽风头？为什么“今年过节不收礼，收礼只收脑白金”的恶俗广告会让商家赚大钱？为什么商家在开业的时候会雇人在门前排队？为什么商家会打出最后三天狂甩的广告？为什么商家喜欢找名人做代言人？其实，这就是营销！

为什么商家推出“买二送一” 175

广告经济学 178

菜农丰产不丰收的困境 182

机会越少价值就越高 184

为什么你购物总会超出预算 186

最恶心的广告却最赚钱 189

明星示范效应 191

心理账户效应 193

环境对消费心理的影响 195

第八章 博弈经济学

为什么两个囚犯都宁愿选择坐牢也不愿意相互配合？为什么买的没有卖的精？为什么在决斗中枪法最好的枪手往往最先死？为什么投资者都信奉“博傻”理论？为什么会出现多劳未必多得的局面？其实，这些都可以用博弈论来解释。

著名的囚徒困境	201
两强相逢勇者胜——斗鸡博弈	203
买的没有卖的精——信息不对称	207
为什么银行会遭遇墙倒众人推的困境	210
多劳未必多得的现象	213
不加限制的个人选择可能给社会带来灾难	215
最优秀的枪手先死——枪手博弈	217
搭便车的行为——智猪博弈	221
选择比努力更重要——酒吧博弈	224
把对方带到危险的边缘——边缘策略	228
当最后的傻瓜最可怕	231

第九章 理财经济学

为什么赚钱的总是温州人？为什么信用卡会“卡”住你未来的生活？
为什么 2010 年人们买黄金就像买白菜一样疯狂？在金融危机的大环境
下，如何理财显得更为重要了！如果你无动于衷的话，你勤苦赚来的钱
将会慢慢蒸发掉……

为什么赚钱的总是温州人	237
炒期货最忌讳跟风	242
如何投资黄金	245
没有保险就是财务裸体——保险投资	249
基金投资的注意事项	252
炒股就是炒心理	255
债券投资的优越性	257
一定要用好你的信用卡	261
存款缩水的祸首——负利率	263

什么是员工福利	303
薪酬设计要公平——薪酬管理	305
为什么你得不到升职	308
频繁跳槽不利于职业发展	310
要放弃待价而沽的想法	313
为什么大学生会沦为蚁族	316
利用稀缺性打造竞争力	318

第一章

生活经济学

为什么九成“80后”表示无力赡养老人？为什么2011年国家再次提高了退休人员养老金水平？为什么“豆你玩”、“蒜你狠”、“姜你军”会成为2010年网络热词？为什么老百姓感叹：可以跑不赢刘翔但要跑赢CPI？为什么都市人喜欢归回农村大土炕式的幸福？其实，经济学就在我们身边，而且与我们休戚相关，学习经济学的目的就是要学会用经济学的思维看待生活！

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

经济学中的人都是自私的

有一个经济学家、一个医生和一个牧师一起去打高尔夫球，玩兴正浓时，他们发现有一个人总是在球场上漫无目的地乱跑，这个人的行为影响了他们的兴致，于是他们向球场管理方交涉。球场的管理人员向他们解释：“球场为了向全社会的残疾人献爱心，星期一下午向盲人免费开放。今天是星期一，那个到处乱跑的人是盲人。如果他的行为影响了你们，我向你们道歉。”三人听后，有三种不同的反应。牧师听后大为感动，遂决定抽出一定时间，免费为残疾人祈祷，祈求上苍保佑，为残疾人带来福音。医生听后马上决定向球场学习，并准备在他的诊所里留出一定的时间免费为残疾人提供医疗服务。

经济学家却不以为然地说：“我不明白，你们为什么不把向盲人开放的时间从白天改到晚上？”从理性角度来看，白天与黑夜对于盲人没有区别，把对盲人开放的时间从白天改到晚上，并不损害盲人的利益。如果盲人在白天和正常游客共享高尔夫球场，盲人的利益虽然能得到保证，但是正常游客的利益就会受到影响。也就是说，盲人的利益是建立在牺牲正常游客利益的基础上，球场资源的配置是不合理的。

经济学是一门研究有限资源如何最优配置的学问。因此，经济学家和经济学理论不可避免都要以理性为起点。上面这个故事反映了经济学家看问题的独特角度。经济学家是理性的，同样，经济学理论也是建立在理性的假设之上。在此我们不得不提到经济学中的一个重要概念——理性经济人。理性经济人是经济学中的一个重要的假设，可以说，整个

经济学的理论体系都是建立在这个假设之上的。

理性经济人是指假定人的思考和行为都是理性的，唯一试图获得的经济好处就是物质性补偿的最大化。亚当·斯密《国富论》中的一段话对理性经济人有较为清晰的阐述：“我们每天所需要的食物和饮料，不是出自屠户、酿酒家和面包师的恩惠，而是出于他们自利的打算。我们不说唤起他们利他心的话，而说唤起他们利己心的话，我们不说我们自己需要，而说对他们有好处。”亚当·斯密的这段论述向我们表明：人和人之间是一种交换关系，能获得食物和饮料，是因为人们要获得自己最大的利益。

功利主义学派的经济学者认为，趋利避害是人类的天性。而在经济学中，“利”就是指个体所获得的利益、收益可以表现为各种形式，归根结底是给人带来的效用、幸福、满足，而经济学中的“害”就是指个体所付出的代价、成本，所承受的损失、牺牲，归根结底是给人带来的负效用、欠缺、痛苦。在经济学中，普通的正常人具有趋利避害的行为本能，或者说理性人的特点可以用“趋利避害”四个字概括。

趣味经济学小常识

在经济学的世界里，人都希望以尽可能少的付出获得最大限度的收获，并为此而不择手段。

学会像经济学家那样思考问题

或许很多人会有这样的疑问——我们为什么要学习经济学呢？当一

一般人仅仅看到经济中各种问题的现象时，经济学家却抓住了事物的本质，这正是经济学家的高明之处。只有认识事物的本质，掌握经济规律才能做出正确的决策，这正是我们要学习经济学的原因。

经济学研究选择问题或资源配置并不是说它可以直接告诉你如何做，而是向你提供一套解决这个问题的工具和方法，告诉你解决这个问题可供选择的思路。学习经济学的理论并不难，难的是我们如何合理地运用它。能否用这些理论去赚大钱或经邦治国，则取决于你的“悟性”。例如，经济学告诉我们，个人或国家之间的贸易有利于双方，也就是说，通过贸易来配置资源可以增加双方的福利。这个原则很简单，但与谁贸易、如何贸易则是复杂得多的问题，不能灵活地处理这些问题，也是无济于事的。

老张原是某机关的一名处长，年薪 2.4 万。在“下海”高潮中他也辞职经商，一年下来赚了 5 万元，他认为自己“下海”是对的。经济学家如何看待老张的“下海”得失呢？

经济学家认为，世界上没有免费的午餐，做出任何决策都要付出代价。其实，我们可以经济学来分析一下老张“下海”这件事。

首先，他放弃了当处长每年的年薪 2.4 万元。其次，一名处长的收入绝不仅仅是工资，还有许多隐性收入，例如，可以享受公费医疗、成本价购买住房、夏天可以公费度假、年底还可以分些年货，等等，假设一名处长的这些额外收入每年约为 2 万元，则这也是老张所放弃的收入。

再次，老张“下海”需要的资金中有 10 万元是自己历年的储蓄，用自己的资金当然不用支付利息，但也不能存在银行中得到利息，假定利率为每年 5%，这样，老张又放弃了 5000 元的利息收入。

最后，老张当处长时，每天上班 8 小时，机关工作是轻闲的，晚上还可以舞文弄墨，给报刊写点小文章，一年下来亦可有 1 万元收入，“下海”后这份闲情没有了，当然这份收入也失去了。以上放弃的 4 种收

人共计 5.9 万元，即付出的成本是 5.9 万元，而获得的经商收入是 5 万元。当然是得不偿失。在不考虑自己的成本时，老张认为自己“下海”赚了，但用经济学家的思维去考虑这件事，即所放弃的东西时，我们就知道，老张“下海”这种行为实际上亏了。

小王经营一家保龄球场。根据他的会计师计算，每玩一局的平均总成本（包括房屋租金、设备折旧、所耗电力以及支付给工作人员的工资等）为 10 元。如果每局的价格高于 10 元，经营当然有利；如果每局的价格等于 10 元，也可以实现收支相抵。但如果午夜时价格降至 7 元仍然有人来玩，而高于 7 元就没有人来玩，小王是应该把价格降为 7 元继续经营呢，还是不降价停业呢？

乍一看，这个问题很简单。票价降至 7 元低于平均总成本，谁会这样亏本经营呢？但经济学家的分析却不是这样简单！

经济学家认为在设备等条件无法改变的短期内，平均总成本中包括平均固定成本与平均可变成本。平均固定成本包括玩一局应分摊的房租、设备折旧、管理人员工资等费用。固定成本是无论是否经营都要支出的费用，因此，在这种情况下也可以称为沉没成本，是已经支出而不可收回的成本。平均可变成本是每一局所需的支出（如所耗电力的费用、服务人员增加工时的工资等），有人玩就要支出，没人玩就可以不支出。这就是说，在短期内保龄球场停业所节省的仅仅是可变成本，而固定成本无论是否经营都是要支出的。

假设小王所经营的这个保龄球场的平均固定成本为 6 元，平均可变成本为 4 元。这样，在价格为 7 元时，经营就仍然是有利的，因为在用 4 元弥补了平均可变成本后，仍可剩下 3 元弥补平均固定成本。固定成本无论是否经营都已支出了，能弥补 3 元当然比一分钱都弥补不了好。就这个保龄球场而言，只要价格高于 4 元，经营就比不经营好。固定成本属于已经支出无法收回的沉没成本，在做出短期经营决策时可以不

考虑。

以上两个例子说明了经济学家分析问题的确有高明之处。在市场经济中，每一个人都要做出自己的选择，因此，我们需要学习经济学，学会像经济学家一样思考问题。具体的学习方法：

- 1.掌握基本概念和基本原理。
- 2.理论联系实际，灵活运用知识。

趣味经济学小常识

我们每天都会遇到许多经济问题，也需要随时做出许多选择，像经济学家一样思考就是要学会用经济学提供的方法、工具、概念和理论来分析现实问题，并做出正确的决策。

养老保险具有强制性

2010年，全球著名的人力资源咨询公司美世最新报告中指出：中国因基本养老金体系目前尚未覆盖全部就业人口，而在全球养老金指数排名中位列倒数第一。这一报道难免会让每一个中国老人有所担忧。这个观点是美世在最新发布的《墨尔本美世全球养老金指数 2010》中指出的。在美世进行的第二期墨尔本全球养老金指数中，中国因基本养老金体系目前尚未覆盖全部就业人口而下降到指数排名的最后一位，指数值从2009年的48.0跌落到2010年的40.3，而在2009年的排名中，中国处于第五位。

我们先介绍一下什么是养老保险。无论在任何国家，养老保险都是依法规范并以社会保险形式所体现的一种政府行为。养老保险的基本要求是保障水平与社会生产力发展水平相适应，劳动者的权利与义务相对应，公平与效率相结合，社会互济与自我保障相结合。养老保险是国家为劳动者年老丧失劳动能力后提供的基本生活保障。它是社会保险的主要险种之一，是社会保险制度的重要组成部分，属于社会保障体系的范畴。

养老保险又分为补充养老保险和个人储蓄养老保险。补充养老保险是在国家法律、法规 and 政策的指导下，在企业 and 职工已经参加基本养老保险的前提下，由企业或单位与职工根据企业经营状况，通过民主协商，自主确定是否参保和确定保险水平，自行选择经办机构的保险行为。个人储蓄性养老保险完全是一种个人行为，公民和劳动者均可按照自己的意愿决定是否投保以及投保的水平 and 选择经办机构。

养老保险是国家和社会根据一定的法律和法规，为解决劳动者在达到国家规定的解除劳动义务的劳动年龄界限或因年老丧失劳动能力退出劳动岗位后的基本生活而建立的一种社会保险制度。

养老保险作为一种国家制度，具有以下几个特点：

1. 养老保险具有普遍性。每个人都会老去，这是人生的必经阶段，是人类不可抗拒的自然规律。养老的问题不仅是社会问题，而且是一个全球性的问题，任何一个国家，任何一个社会，要想求生存、求发展，就必须重视和解决好养老问题。所以养老保险具有普遍性，世界上凡实行社会养老保险制度的国家都由政府设立专门机构，在全社会统一立法、统一规划、统一管理和统一组织实施的。

2. 养老保险具有强制性。既然每个人都会老去，那么当人老了，丧失了劳动能力，由谁来保障基本生活呢？而每一个老人在没有丧失劳动能力之前都是为国家、社会献出了一份力的，于是，国家为了维护劳动

者的根本利益，依法保障他们老有所养的基本权利。通过立法，强制用人单位和个人必须依法参加养老保险，履行法律所赋予的权利和义务，缴纳养老保险费，待劳动者到达法定退休年龄时，可向社会保险部门领取基本养老金，享受基本养老保险待遇，保障退休以后的基本生活。

3.养老保险具有互济性。养老保险是一个社会问题，并不是一时一地的问题，于是国家在全社会的范围内统一筹集资金，统一调剂使用，依靠全社会的力量均衡负担和分散风险。一般来说，养老保险费用由国家、企业或单位、个人三方共同负担，并在较高的层次上和较大的范围内实现养老保险费用的社会统筹与互济。

养老保险的作用主要有以下几点：

1.养老保险有利于社会的安全。随着老年人口的比例越来越大，人数也越来越多，中国开始进入老龄化阶段，而养老保险保障了老年劳动者的基本生活，就等于保障了社会相当部分人口的基本生活，使老年人老有所养，这有利于社会的稳定。

2.养老保险有利于促进经济的发展。因为劳动者退休后领取养老金的数额，与其在职劳动期间的工资收入、缴费多少有直接的联系，这无疑能够激励劳动者在职期间积极劳动，提高工作效率。

3.养老保险有利于国家筹集资金。由于养老保险涉及面非常广，参与人数非常多，每个人交一点，加起来就是一笔巨资了。而这些筹集到的养老保险金，能为资本市场提供巨大的资金来源，尤其是实行基金制的养老保险模式，个人账户中的资金积累以数十年计算，使得养老保险基金规模更大，为市场提供更多的资金，通过对这种规模资金的运营和利用，有利于国家对国民经济的宏观调控。

趣味经济学小常识

随着投资理财方式越来越多元化，可供养老的工具也日益增多。总体上来看，可用来养老的工具大致可分为6类：社保、企业年金、养老保险、金融投资、以房养老、艺术品投资。每一种养老工具都有其鲜明的特色，同时也不可避免地存在着缺陷，每个人需要根据自己的实际情况选择一种或几种适合自己的养老工具。

消费者物价指数

“豆你玩”、“蒜你狠”，再到“姜你军”……一个个网络热词的背后，与老百姓休戚相关的物价悄悄在上涨。数据显示，2010年7月份居民消费价格指数CPI同比上涨3.3%，从2010年2月份开始，CPI的涨幅就已经超过了银行一年定期存款利率2.25%，中国人又重新回到“负利率”时代。老百姓感叹：“你可以跑不赢刘翔，但你一定要跑赢CPI。”

到底什么是CPI呢？CPI是消费者物价指数的英文缩写，消费者物价指数是对一个固定的消费品价格的衡量，主要反映消费者支付商品和劳务的价格变化情况，也是一种度量通货膨胀水平的工具，以百分比变化为表达形式。通俗地说，现在我们吃的、喝的、用的一些物品，很多价格都在涨，那到底涨多少呢？这就需要一个统一的标尺来衡量，这个标尺就是CPI。

CPI作为一个固定的价格指数，不反映商品质量的改进或者下降，对于新产品也不加考虑，它所考量的只是和居民生活相关的一些商品及

劳务价格。

当 CPI 升幅过大的时候，表明居民生活成本较之以前变高，如果你的收入没有增加，那么相对于社会环境来说你的收入实际是降低了。

假如说去年你得到 100 元没有花掉，而今年 CPI 上升了 6%，那么你现在用这 100 元其实只能买到相当于去年 94 元就能买到的商品及劳务服务。所以，CPI 的大幅上涨，即最通俗的说法“涨价”，是不受欢迎的。如果 CPI 升幅过大，则通货膨胀就成为国民经济中的不稳定因素，央行即会有紧缩货币政策和财政政策的风险，继而导致经济前景不明朗。

CPI 是带有滞后性的数据，但它往往是市场经济活动与政府货币政策的一个重要参考指标。CPI 稳定、就业充分及 GDP 增长往往是最重要的社会经济目标。

CPI 的计算公式是 $CPI = \frac{\text{一组固定商品按当期价格计算的价值}}{\text{一组固定商品按基期价格计算的价值}} \times 100\%$ 。

CPI 告诉我们的是：对普通家庭的支出而言，购买具有代表性的一组商品，在今天要比过去某一时间多花费多少，比如，如果 2005 年某国普通家庭每个月购买一组商品的费用为 800 元，而 2009 年购买这一组商品的费用为 1000 元，那么该国 2009 年的消费价格指数为（以 2005 年为基期） $CPI = 1000/800 \times 100\% = 125\%$ ，也就是说上涨了 25%。

在日常生活中我们更关心的是通货膨胀率，它被定义为从一个时期到另一个时期价格水平变动的百分比，公式为 $T = (P_1 - P_0) / P_0$ ，式中 T 为 1 时期的通货膨胀率， P_1 和 P_0 分别表示 1 时期和 0 时期的价格水平。如果用上面介绍的消费价格指数来衡量价格水平，则通货膨胀率就是不同时期的消费价格指数变动的百分比。假如一个经济体的消费价格指数从 2008 年的 100 增加到 2009 年的 112，那么这一时期的通货膨胀率就为 $T = (112 - 100) / 100 \times 100\% = 12\%$ ，就是说通货膨胀率为 12%，表现为物价上涨 12%。因此，我们可以得出这样一个结论，如果消费者价

格指数迅速上升，那么通货膨胀则必然降临。

CPI 的变化会对股市产生一定的影响。CPI 增幅过大，会导致通货膨胀，而央行为了抑制通胀，会采取加息等货币紧缩策略，继而导致股市流动资金的减少，而减小股票的买盘。根据供求关系，股票买盘小的情况下其价格就会下跌。反之，如果 CPI 降低，则股市走热，股票上涨。

趣味经济学小常识

经济学专家指出：CPI 的连续上涨，让人感到很大的压力。医疗、住房、教育的价格高涨，使人们的实际收入迅速降低，CPI 的高涨使大家存在银行的那点“养命钱”迅速贬值。

为什么物价越来越高

“粮价涨了，油价涨了，菜价上涨了，鸡蛋价格上涨了……”可以说是涨声一片。这让敏感的老百姓渐渐紧张起来，办公室、菜市场、洗手间、公交车、网络论坛……关于涨价的讨论随处可见。作为普通老百姓，我们该怎样认识通货膨胀呢？

通货膨胀指在纸币流通条件下，因货币供给大于货币实际需求，也即现实购买力大于产出供给，导致货币贬值，而引起的一段时间内物价持续而普遍地上涨现象。其实质是社会总需求大于社会总供给。

通货膨胀主要有以下几种类型：

1. 温和的通货膨胀

温和型通货膨胀是指通货膨胀率基本保持在 2%~3%，最多不超过 5%，并且始终比较稳定的一种通货膨胀。如果每年的物价上涨率在 2.5% 以下，不能认为是发生了通货膨胀。当物价上涨率达到 2.5% 时，叫做不知不觉的通货膨胀。

有些经济学家认为，在经济发展过程中，搞一点温和的通货膨胀可以刺激经济的增长。因为提高物价可以使厂商多得一点利润，以刺激厂商投资的积极性。同时，温和的通货膨胀不会引起社会太大的动乱。这种温和的通货膨胀能像润滑油一样刺激经济的发展，因此被称为“润滑油政策”。

2. 快速的通货膨胀

快速的通货膨胀是一种不稳定的、迅速恶化的、加速的通货膨胀。这种通货膨胀发生时，通货膨胀率较高，人们对货币的信心产生动摇，经济社会产生动荡，所以这是一种较危险的通货膨胀。

3. 恶性的通货膨胀

恶性的通货膨胀也称为极度的通货膨胀、超速的通货膨胀。这种通货膨胀一旦发生，通货膨胀率非常高，而且完全失去控制，其结果是导致社会物价持续飞速上涨，货币大幅度贬值，人们对货币彻底失去信心。这时整个社会金融体系处于一片混乱之中，正常的社会经济关系遭到破坏，最后容易导致社会崩溃，政府垮台。这种通货膨胀在经济发展史上是很少见的，通常发生于战争或社会大动乱之后。例如在 1923 年的德国就发生过，当时第一次世界大战刚结束，德国的物价在一个月内上涨了 2500%，一个马克的价值下降到仅及战前价值的一万亿分之一。

4. 隐蔽的通货膨胀

隐蔽的通货膨胀又叫受抑制通货膨胀。这种通货膨胀是指社会经济中存在着通货膨胀的压力或潜在的价格上升危机，但由于政府实施了严格的价格管制政策，使通货膨胀并没有真正发生。但是，一旦政府解除

或放松价格管制措施，经济社会就会发生通货膨胀，所以这种通货膨胀并不是不存在，而是一种隐蔽的通货膨胀。

通货膨胀的原因有很多种，也比较复杂，比如物价指数提高、经济过热、大宗商品交易价格上升、政治因素等。对于老百姓而言，没有必要深究其产生的原因，关键是如何应对，以减少压力和损失。

从宏观上来讲，普通老百姓无法抑制通货膨胀，这还要靠政府进行调控，出台相关的经济政策和措施，例如上调存贷款利率，提高金融机构的存款准备金率，实行从紧的货币政策，包括限价调控令、严禁哄抬商品价格等。

从微观上来说，我们也可以采取一些措施，以应对通货膨胀，具体如下：

- 1.当然是努力工作，多多赚钱，减少开支，以减轻通货膨胀的压力。
- 2.可以通过各种投资理财来抵消通货膨胀对财产的侵蚀，但需要针对不同程度的通货膨胀来考虑选择投资理财的工具。

趣味经济学小常识

通货膨胀就是货币相对贬值的意思。说得通俗一点，就是指在短期内钱不值钱了，一定数额的钱不能再买那么多东西了。

衡量家庭生活穷富的标尺

老陈的一家有三口人，他们家庭的年收入是 10 万元。在年终对自己

家庭的开支情况作总结时，他发现在家庭的消费开支中，排在第一位的是教育，包括了孩子的学费和夫妻俩的成人教育费用，大约数额为3万元；排在第二位的是健身、旅游等支出，也将近3万元；而排在倒数第一位的是食品的支出。老陈的母亲对这种支出比例非常的不理解，她拿着小孙子的一双3000多元的旱冰鞋说：“真不知道这有什么用处，这样花钱实在是太离谱了！”

随着中国经济的迅猛发展，中国人的物质文化生活水平极大丰富，人们已经不再仅仅满足于吃饱饭，这是因为“吃”对于大多数中国人来说已经不再是最重要的事情，很少有人为吃不饱肚子发愁了，人们将更多的钱用于教育、健身、旅游、娱乐等事情上，而吃的比重已经大大下降。食物支出在人们的消费总量中所占比重下降的现象在经济学中叫做“恩格尔系数”降低。

吃饱饭是人们获得生存的首要条件，只有这一层次获得满足后，消费才会向其他方面扩展。因此，食品支出的比重从一个侧面反映了生活水平的高低。老陈一家的家庭消费中食品占很低的比例，即恩格尔系数很低，这说明老陈的生活水平比较高。

恩格尔系数是德国经济学家和统计学家恩格尔提出的衡量居民生活水平高低的计算方法。这个方法表明，随着居民收入的增加，耗费在食品上的支出比例就会减少。耗费在食品上的支出越少、数值越小，生活富裕程度就越高。这个系数的数值越小，表明在食品上的支出越少，生活水平越高。

恩格尔系数一经提出就得到西方经济学界的广泛接受和确认，认为它具有普遍的适用性，在中国也较早地就被应用在统计工作中。计算恩格尔系数一般是采用各地的城乡住户调查资料。如北京市统计局2007年4月10日发布调查数据：2006年北京市恩格尔系数为30.8%，比2005年下降1%，比1978年下降了27.9%。恩格尔系数一路走低，表明北京城

市居民的生活质量在不断提高，正在由小康向富裕迈进。

但是，恩格尔系数这个衡量指标并不是万能的，它有时会制造一些假象，出现失灵的情况。

在中国，尤其是贫穷地区，人们长期以来形成了“勒紧腰带过日子”的习惯。这种习惯会降低恩格尔系数，但人们的生活水平并没有提高。众所周知，在家庭收入不增加或增加十分有限时，家庭总支出规模基本不变，但由于诸如学费、电费、水费、医药费、燃气费等刚性支出的急剧增加，一个现实的选择就只能是压缩食品支出。这种情况在中国特别是西部落后地区尤其普遍，为了应付急速增长的学费、药费和房费等刚性开支，“省吃俭用”成为中国百姓的通常选择，与其说这是中国人的一种美德，不如说是一种无奈。正是出于这种无奈，直接导致收入与恩格尔系数“双低”现象的产生。另外，不同地区的消费习惯也影响恩格尔系数。“穿在上海、吃在广东”，是对上海和广东两地消费习惯的高度概括。广东的恩格尔系数较高，说明广东人喜欢吃，也懂得吃，这与历史上形成的饮食习惯不无关系。恩格尔系数恰恰忽略了消费习惯的差异。

因此，我们运用这一标准进行国际和城乡对比时，要考虑到那些不可比因素，如消费品价格比价不同、居民生活习惯的差异以及由社会经济制度不同所产生的特殊因素。对于这些横截面比较中的不可比问题，在我们对恩格尔系数进行分析和比较时应做相应的剔除。

恩格尔系数是衡量人们生活水平的重要指标。它越小，说明人们的生活越富裕；它越大，说明人们生活越穷，当然，我们应当留意恩格尔系数失灵的特殊情况。



趣味经济学小常识

根据联合国粮农组织提出的标准，恩格尔系数超过 59%为贫困，50%~59%为温饱，40%~50%为小康，30%~40%为富裕，低于 30%为最富裕。

为什么保姆越来越难找

每年临近春节这一段时间，各个城市都要闹“保姆荒”，这在大城市中表现得尤为明显。北京家政市场的负责人证实说，每到腊月，保姆就出现了供不应求的情况。面对这种形势，全国各地的媒体和相关专业人士都发表了自己的看法，对社会的这种现象表达了很多的忧虑。

对于“保姆荒”的现象是好是坏，人们众口不一。如果用积极的心态来看待“保姆荒”的问题，我们可以得出以下结论：

1.人们的生活水平比过去提高了

在过去，雇佣保姆的现象虽然有，但少之又少，不至于像现在这么普遍，甚至发展到供不应求的情况。以前，大部分的人都没有那份“闲钱”去请保姆，所以享受保姆的生活也就无从谈起了。但现在随着人们物质生活水平的提高了，尤其近几年来，很多北京人、上海人都愿意找家政公司来打扫家里的卫生，而自己则把时间用在了工作和其他的事情上去。这说明了什么？说明了人们的物质生活逐渐富裕起来了，要是没有多余的钱，人们哪里有心思去请保姆呢？

2.人们对保姆也有了更多的尊重和理解

在过去，保姆在雇主那里感觉就是个下人，在雇主那里受到了很多

不公正的待遇，但现在在那些大城市里，更多的家庭都把保姆当成了自己的家人，向家人一样平等对待保姆、尊重保姆、爱护保姆，有的家庭甚至和保姆结下了深厚情谊，以至于最后难舍难分。

3. 保姆行业逐渐开始了职业化的势头

在以前保姆和雇主之间的雇佣行为在中国现行劳动法中是不受保护的，所以这也容易造成保姆的合法利益得不到保障，因此保姆队伍也不稳定。但在现在由于社会对家政业的关注度高了，所以职业化管理也逐渐被提上日程，使得保姆和雇主都有了相关的约束规章。

那么，是什么原因造成了“保姆荒”呢？这主要因为市场的强烈需要，还有巨大的供求差距、行业的欠缺规范化、家政市场的不成熟等等方面的原因。

其实，请保姆就是家庭花钱购买的一种服务，而这种服务就是人们的一种劳务消费。近几年，随着城市居民收入的提高和人们生活观念的改变，越来越多的家庭选择劳务消费这一消费形式，把自己从琐碎的家务劳动中解放出来，从而提高自己的生活质量，劳务消费正悄然兴起。而这种劳务消费市场的兴起对经济有什么影响呢？

1. 促进就业

劳务行业是劳动密集型行业，能够吸纳大量的劳动力，而我国的劳动力资源又非常的丰富，就业压力巨大。随着各种改革特别是企业改革的进行以及农村剩余劳动力源源不断地涌向城市，我国正面临着空前的就业压力。如何解决这一难题呢？大力发展劳务消费便是一种有效的措施。

2. 促进社会生产力发展

一些劳务消费的发展，如保姆、维修、搬家、家教等，有利于增加消费者的闲暇时间，以利于开展多种多样的闲暇活动，丰富消费生活，提高消费质量和消费者自身素质。而人的自身素质提高了，又通过多种

3.促进我国第三产业的发展

第三产业在国民经济中所占的比重可以反映一个国家经济发展水平的高低。我国的第三产业一直比较落后，占GDP的比重也较低。2000年为33.2%，2001年为33.6%。这表明我国经济发展水平整体上还比较落后。所以，第三产业在我国的发展潜力巨大。大力发展劳务消费，振兴第三产业，对于我国产业结构的合理调整及社会经济的全面繁荣，意义巨大。

4.提高人们的消费水平

随着经济的发展和社会的进步，人们的消费水平不断提高，这种提高不仅体现在物质方面，而且体现在精神文化方面。而劳务消费则是精神文化方面的消费，所以，随着社会生产力水平的不断提高，劳务消费不仅能够适应这一要求，还能不断完善人们的消费结构，提高消费水平，满足人们的物质尤其是精神文化的需要。

趣味经济学小常识

劳务消费是指家庭花钱购买的各种服务，如修理、理发、旅游、请保姆等，这部分消费是家庭消费必不可少的。劳务消费的主要目的是方便、美化家庭生活，提高家庭的生活水平。

你的幸福指数是多少

有一个农夫很勤奋，几十年日出而作日落而息，从不懈怠。一家人对平静的小日子感到很满足很幸福。忽然有一天，他挖地时挖出了一个不小的金罗汉。“这下发大财了！”这位农夫和家人欣喜若狂。他想，从此可以过有钱人的生活了。但他竟整天忧心忡忡，痛苦不已。有人不解，问他：“你现在有钱了，为什么还不高兴呢？”农夫说：“我一直在想，我未拣到的那十七个大金罗汉在哪里？怎样才能把它们全拣到手呢？”

显然，这位农夫的痛苦是因为拣到了一个金罗汉！这个金罗汉，让他眼睛发亮的同时，也点燃了他的贪欲之火！既然一个金罗汉能如此容易地拣到，那其余的十七个金罗汉不也能如此容易地拣到吗？一个在黄土里刨食吃的庄稼汉竟也凭空做起了富甲天下的美梦，他能不痛苦吗？

让我们按照萨缪尔森的幸福理论具体来分析一下这位农夫的痛苦根源。指数原本是反映某种经济数值，但如果用在欲望的满足程度量化上，那就会使原本抽象的欲望更具体化。

农夫的幸福指数急剧下降是因为他的欲望，也就是分母急剧增大，而效用远远不能满足欲望的需求，即分子太小，所以，幸福指数为负数，已经远离了幸福。列一个简单的算式来看就更清楚了：假如这个农夫所拣拾到的那个金罗汉有 6 公斤重，即相当于 6000 克的黄金，按每克 300 元人民币来计算，那就是 1800000 元。也就是说，他的实际效用突然增大到了一百八十万。但他的欲望仍不满足于此，而是 1800000 元乘以 18 这么多。那么，按萨缪尔森的公式来计算，欲望大于效用 18 倍之多，他

能不痛苦吗？而拣到金罗汉以前，他的幸福指数虽然不算高但却近于 1，自然有幸福了。假若他一年辛劳所获为 10000 元，即效用为 10000 元，欲望等于或少于 10000 元，那幸福指数与上面事例比较如下：

（幸福指数） $1 = (\text{效用}) 1 \text{ 万} / (\text{欲望}) 1 \text{ 万}$ 。

（幸福指数） $0.055 = \frac{(\text{效用}) 1800000}{(\text{欲望}) 180000 \times 18}$ 。

他虽然在拣到金罗汉之后，实际效用比原来增加了很多倍，但幸福指数却大大下降了。以前温饱的农家生活之所以幸福指数高，就在于他的欲望与效用基本相当，或效用还略大于欲望，因而能够知足常乐，就感不到痛苦了。

从农夫拣拾金罗汉前后幸福指数的剧变可以看出：若欲望大于效用，即分母大于分子，那幸福指数就变为负数了，必然产生痛苦；相反，就会有幸福伴随。

而衡量幸福的标准究竟是什么呢？去除法律的刚性制约外，个人自律，可从三个方面来衡量：

是否“吃得下”应是第一标准。民以食为天。能吃就是一大幸福。胃口好，说明身体健康，还有什么比这更幸福呢？一个健康的身体是满足任何欲望的前提和保证。否则，一旦病魔缠身，或身有残疾，或生命垂危，那一切都无从谈起了。因此，有健康就有口福，有口福即是幸福。

同时，还要“睡得香”。只有心中坦然，才会安睡。不然，心中若有愧，躺在床上就会扪心自问，被唤醒的良心会不安，睡觉怎会安心？而心中若有鬼，那就更睡不着了。总怕半夜鬼叫门，灵魂尚在地狱中受刑，怎么会“睡得香”呢？

如果能“吃得下”、“睡得香”，那自然应该算是幸福了，但幸福指数不会高，因为那满足的尚只是生理方面的欲望；如果再能够“笑得出”，那就满足了更高层次的精神方面的欲望，幸福指数才会有很大的提

高。而“笑得出”凭什么？凭对欲望适宜的掌控，凭对效用的不断提升！

究竟人挣多少钱才会幸福？这是很多人都想知道答案的一个问题。如果一年挣1万，会幸福吗？挣10万、100万、1000万呢？为什么挣钱少的往往幸福指数反而高于挣钱多的呢？如果一年只挣1万，即效用为1万，那欲望呢？若欲望少于1万，那幸福指数就会提升；若一年挣10万，即效用为10万，那欲望呢？欲望如果已狂升到50万、100万，那幸福指数肯定会变为负数，肯定会痛苦。

由此可见，收入低的人，幸福指数未必就低；收入高的人，幸福指数未必就高。有调查表明：中等收入的人，幸福指数最高。一般老百姓的幸福指数高于高收入的成功人士。

趣味经济学小常识

国民幸福指数最早20世纪70年代是由南亚的不丹王国的国王提出的，他认为“政策应该关注幸福，并应以实现幸福为目标”，人生“基本的问题是如何在物质生活和精神生活之间保持平衡”。在这种执政理念的指导下，不丹创造性地提出了由政府善治、经济增长、文化发展和环境保护四级组成的“国民幸福总值”指标。

第二章

市场经济学

为什么每逢双节来临之际，猪肉的价格会悄然上涨？为什么国内食用油的价格会出现屡屡上涨的态势？为什么油价只追高不追低而粮价只追低不追高？其实，这些现象的背后，有一只看不见的大手在进行操纵……

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

商品是我们最好的朋友

现代社会，商品对我们来说是再熟悉不过的了。我们每天的吃喝拉撒睡，样样离不开商品，只要我们口袋里有人民币，就可以买到我们需要的各种各样的商品。但是，究竟什么才是商品？

作为商品，首先必须是劳动产品。换句话说，如果不是劳动产品，就不能成为商品。比如，自然界中的空气、阳光，虽然是人类生活所必需的，但这些都不是劳动产品，所以它们不能叫做商品。

作为商品，还必须要用于交换。商品总是与交换分不开。也就是说，如果不是用于交换的，即使是劳动产品，也不能叫商品。例如，在古时候，传统的男耕女织的家庭生产，种出来的粮食和织出来的布，尽管都是劳动产品，但是只供家庭成员自己使用，并没有用来和他人交换，因而也不是商品。

因此，商品是指用于交换的劳动产品。商品并不是从人类出现之时就有的，是人类发展到一定历史阶段的产物。商品的产生必须具备以下两个条件：

1. 社会分工

社会分工是商品产生的基础。因为社会分工，才提出了交换的要求，也就有了进行交换的可能。社会分工的特征，表现为每一个劳动者只从事某些局部的、单方面的劳动，只生产某些甚至某种单一的产品，而人们的需求是多方面的，为了满足多方面的需求，生产者必然要相互用自己生产的产品去交换自己不生产而又需要的产品。这种商品生产和商品

交换就是商品经济。

2.所有权不同

所有权是商品得以生产的前提。因为生产资料和劳动产品属于不同的所有者，才会发生交换行为。在私有制条件下，产品交换的双方成为独立的利益主体，成为经济利益的对立面。这就决定了双方的交换不能是不等式的，而只能是等式的，即商品经济中的等价交换原则。劳动产品的交换既然是等价的交换，那么，生产者的生产过程就成为以直接交换为目的的商品生产过程。可见，商品既是社会分工的产物，也是私有制的产物。

趣味经济学小常识

使用价值是物品能够满足人们某种需要的属性，它是商品的自然属性，是构成社会财富的物质内容，是人类社会赖以生存和发展的物质基础。

惹起众怒的天价行为

在河南郑州，有一家名叫保罗国际的理发店，一夜之间成了全国最有名的理发店。这不是因为理发店的技术有多高，而是因为它创造了一项惊人的纪录——每人的理发费 6000 元！这是怎么回事呢？

事情的经过原来是这样的：小亚和同学莉莉是郑州市某中专二年级的在校学生。在 2008 年 3 月底的一天，她们一起到郑州市非常繁华的二

七广场逛街。当两人逛到二七路的正弘大厦附近时，看到旁边“保罗国际”的橱窗玻璃上贴着“洗剪吹 38 元”的字样，原本就准备理发的她们便走了进去。两人剪完头发，已是下午 6 时许，可是让两个女孩万万没想到的是，结账时，收银员报出了总共 1.2 万元的天价。然而小亚和莉莉拿不出那么多钱，店员说，只要办理一张该店的会员卡，就可以享受 5 折的优惠折扣，每张会员卡至少要一次性充值 9800 元，剩余的钱将存在卡里。两人身上当时只有不到 300 元的生活费，无奈之下只好掏出手机向同学求援。而此时，小亚和莉莉被告知，不凑够钱就不能离开理发店。直到当晚 10 时 30 分许，通过向 30 多名同学借款，最终凑够 9800 元送到了店里，小亚和莉莉才得以脱身。

黑心的理发店难免让人气愤不已。但是理发作为一种有偿服务，其所定的价格可以有多高呢？价格制定的依据在哪里？为什么郑州的天价理发事件会引起人们的诧异？

在市场经济条件下，“理发”作为一项有偿性服务，其定价必须遵循价值规律的基本原则，即价格不能过分远离价值。“1.2 万元”的天价理发无疑偏离了“理发”这项服务的基本价值，这明显是商家的消费欺诈行为。由此，“天价理发”已经不是单纯的商品价格定价过高，而是涉嫌犯罪了。

经济学家指出：商品价值是价格的本质，价格只是商品价值的货币表现。价值就是体现在商品里的社会必要劳动，即凝结在商品中的无差别的人类劳动。简单来说，社会必要劳动时间长，则价值大；社会必要劳动时间短，则价值小。社会必要劳动时间一般是指社会生产某种商品的平均时间，如生产一把铁锹的社会平均劳动时间是 2 个小时，这 2 个小时就是生产铁锹的社会必要劳动时间，这 2 个小时的劳动量就是生产铁锹的价值。

而随着社会的发展和技术的进步，劳动生产率不断提高，单位商品

所包含的社会必要劳动时间缩短，也就是说，商品的价值不断贬值，所以商品才会越来越便宜。

对于价格而言，商品价格由两大因素组成：生产成本和利润。商品的生产成本包括生产商品所消耗的原料、能源、设备折旧以及劳动力费用等；商品的利润，则是劳动者为社会所创造的价值货币表现。值得指出的是，生产成本应当是生产商品的社会平均成本或行业平均成本，利润应当是平均利润。按照社会平均成本加上平均利润制定的价格，便是商品的市场价格。

价值规律表明，价格围绕价值上下波动，也就是说，价格高于或低于商品价值都是价值规律的表现形式。但是，价格不能过分偏离商品的基本价值。市场经济条件下，绝大多数商品实行市场调节价。因此，一些生产经营者认为自己可以随意确定商品的价格，实际上，他们的定价必须遵循价值规律和相关法律。

趣味经济学小常识

价格指数是指在给定的时间段里，商品的平均价格如何变化的一种指数。在计算平均数时，不同商品的价格一般要根据其经济重要性进行加权处理。

为什么白菜到了浙江能卖高价

平时你会关注身边商品的价格吗？对于猪肉价格的时涨时跌是不是

已经习以为常？是否思考过为什么猪肉价格会不断变动呢？

到2009年3月3日，南京猪肉价格已经连续4周出现下降的趋势，其中后腿肉的市场零售价最低一度降到9元/斤，和2007年的最高价持平。行业分析人士认为，买肉的人少，需求下降，是价格不断下跌的主要原因，也就是说现在买肉的人太少。据统计，某地高峰时每天销售超过100头，而现在只有70头不到，那么这就是需求不够。“当问及猪肉价格会不会继续呈下滑趋势时，天环集团相关负责人表示，受北方暴雪的影响，河南毛猪的地头收购价已经从原来的5.5元/斤涨到5.7元/斤，再跌的可能性不大。而行业分析人士认为，目前的形势还不明朗，猪肉价格究竟是涨是跌，主要还是要看市场需求的大小。”

对于这样类似的新闻，我们应该听到过不少。那么，对于其中反映的经济学内容，你能理解吗？什么是需求？怎样看市场需求大小？为什么市场需求的大小会影响猪肉价格呢？

美国著名经济学家萨缪尔森曾经说过，学习经济学是再简单不过的事了，你只需要掌握两件事：一个叫供给，一个叫需求。什么叫供给和需求？供给指的是生产者在一定时期内在各种可能的价格下愿意而且能够提供出售的该商品的数量。这种供给是指有效供给，必须满足两个条件：生产者有出售的愿望和供应的能力。需求指的是消费者在一定时期内的各种可能的价格下愿意而且能够购买的该商品的数量，指的是消费者想得到某种商品的愿望。需求不是自然和主观的愿望，而是有效的需要，它包括两个条件：消费者有欲望的购买和有能力购买。

关于供给与需求的关系，人们普遍认为需求决定供给，如人们有穿皮鞋的需求，市场上才会出现皮鞋的生产与销售。不过，供给学派强调经济的供给方面，认为需求会自动适应供给。

一般来说，供需平衡时，市场价格就是正常价格。当供大于求时，市场价格低于正常价格；当供不应求时，市场价格高于正常价格。鲁迅

先生在《朝花夕拾》中的《藤野先生》一文中有这样的句子：“大概是物以稀为贵吧。北京的白菜运往浙江，便用红头绳系住菜根，倒挂在水果店头，尊为‘胶菜’；福建野生着的芦荟，一到北京就请进温室，且美其名曰‘龙舌兰’。”供需不平衡导致这些商品的尊贵，因此，白菜在浙江能卖出好价钱，而芦荟在北京也能卖出好价钱。

在一般情况下，需求与价格的关系成反比，即价格越高，需求量越小；价格下降，需求量上升。例如，如果每勺冰激凌的价格上升了2毛钱，你将会少买冰激凌。价格与需求量之间的这种关系对经济中大部分物品都是适用的，而且，实际上这种关系如此普遍，以至于经济学家称之为需求规律：在其他条件相同时，一种物品价格上升，该物品需求量减少。

另外，供需的变化与市场环境的变化也息息相关。例如，当“非典”袭击中国的时候，全国食醋、消毒液、药用口罩的价格都上升了，一些日用品也成了普通消费者的抢购对象，这主要是因为突如其来的“非典”病毒造成了消费者对这些物品需求的剧增。在欧洲，每年夏天当新英格兰地区天气变暖时，加勒比地区饭店房间的价格就会直线下降。当中东爆发战争时，美国的汽油价格上升，而二手凯迪拉克轿车价格下降。这些都表现出供给与需求对市场的作用，而所有的这一切都是通过价格来反映的。在少数情况下会出现相反的情形，即价格越高，需求量越大；价格越低，需求量反而越小。这种商品通常是社会上具有象征地位的炫耀性商品，比如钻石、古董等，它们常常会因为价格的提高需求量反而增加。

供求机制对社会经济的运行和发展具有重要功能。供求机制可以调节商品的价格，调节商品的生产与消费的方向和规模；供求结构的变化能调节生产结构和消费结构的变化。

供求机制起作用的条件是：供求关系能够灵活地变动，供给与需求背离的时间、方向、程度应当是灵活而适当的，不能将供求关系固定化。供求关系在不断变动中取得相对的平衡，是供求机制作用的实现形式。

供求机制的直接作用具体表现为：

1.调节总量平衡

供不应求时，价格上涨，从而吸收更多的投资；供过于求时，一部分商品的价值得不到实现，迫使部分滞销企业压缩或退出生产。

2.调节结构平衡

供求机制通过“看不见的手”使生产资料和劳动力在不同部门之间合理转移，导致经济结构的平衡运动。

3.调节地区之间的平衡

它促使统一大市场的各个地区调剂余缺，互通有无，使总量平衡和结构平衡得到具体落实。

4.调节时间上的平衡

它促使部分劳动者从事跨季节、跨时令的生产经营活动（如温室种植、跨季节仓储等），在一定程度上满足了市场需求，缓解了供求矛盾。

趣味经济学小常识

供求机制是市场机制的主体，供求联结着生产、交换、分配、消费等环节，是生产者与消费者关系的反映与表现。供求运动是市场内部矛盾运动的核心，其他要素的变化都围绕供求运动而展开。

成本的概念

生活中常常有这样的现象：一对小夫妻晚上做了两个菜，吃完饭发

现每个菜都只剩一点点，留着不值得，倒掉还可惜，于是在已经吃得很饱的情况下，还是坚持一人几筷子把剩下的菜吃光。另外，有的家庭老人比较节俭，夏天买的肉没有及时放进冰箱而导致出现异味，想想肉挺贵的有些不舍得扔，于是加入配菜、各种作料炒出一盘菜，可是炒完了吃着仍然有异味，结果全家人还是没人敢吃，最后倒掉了事。事后想一想，其实不如开始就直接倒了，这样还可以省下配菜及油盐酱醋等调料以及炒菜所花费的工夫。生活中的这些现象都涉及到了经济学中的一个名词——成本！

那么，到底什么是成本呢？成本是商品经济的价值范畴，是商品价值的组成部分。人们要进行生产经营活动或达到一定的目的，就必须耗费一定的资源，其所费资源的货币表现及其对象化称之为成本。也就是企业把商品提供给市场所支出的全部费用。

随着商品经济的不断发展，成本概念的内涵和外延都处于不断地变化发展之中。成本有以下几方面的含义：

1.成本是生产和销售一定种类与数量产品以耗费资源用货币计量的经济价值。企业进行产品生产需要消耗生产资料和劳动力，这些消耗在成本中用货币计量，就表现为材料费用、折旧费用、工资费用等。企业的经营活动不仅包括生产，也包括销售活动，因此在销售活动中所发生的费用，也应该计入成本。同时，为了管理生产所发生的费用，也应该计入成本。同时，为了管理生产经营活动所发生的费用也具有形成成本的性质。

2.成本是为了取得物质资源所需付出的经济价值。企业为进行生产经营活动，购置各种生产资料或采购商品而支付的价款和费用，就是购置成本或采购成本。随着生产经营活动的不断进行，这些成本就转化为生产成本和销售成本。

3.成本本质上是一种价值牺牲。它作为实现一定的目的而付出资源

的价值牺牲，可以是多种资源的价值牺牲，也可以是某些方面的资源价值牺牲。它可以用货币单位加以计量。

4.成本是为达到一种目的而放弃另一种目的所牺牲的经济价值。举一个简单的例子，姐姐准备开一家服装店，在计算成本的时候，她可能会考虑到店面的房租、进货的费用、借款的利息、付给雇员的工资、水电费、税金等。在扣除这些费用之后，她认为自己还会赚到钱。但是，你需要提醒她的是，这样的计算是不完全的：她漏掉了自己的工资，自己垫付资金的利息，还有开服装店的机会成本等。只有把这些成本也考虑在内，才能决定开服装店是否合适。

趣味经济学小常识

可变成本是指在总成本中随产量的变化而变动的成本项目，主要是原材料，燃料，动力等生产要素的价值，当一定期间的产量增大时，原材料，燃料，动力的消耗会按比例相应增多，所发生的成本也会按比例增大，故称为可变成本。

亚当·斯密与经济自由主义

经济自由主义是指提倡市场机制，反对人为干涉经济的经济理论和政策体系。亚当·斯密宣扬“一只看不见的手”的原理，对经济自由思想做了进一步的发挥。“自由经济”思想是亚当·斯密整个经济学说的中心。经济自由主义在资本主义世界是长期发挥重要作用的思想主张。

经济自由主义是一种支持个人财产和契约自由权利的意识形态。经济自由主义主张限制政府在经济事务中的操控，让市场机制发挥调节资源的作用。经济自由主义者并非无政府主义者，并非一概反对政府的作用，然而在绝大多数的案例中，他们的研究结果都表明，政府的干预过度了。

亚当·斯密的《国富论》在继承前人思想的基础上，进一步从经济人这一观念出发，对经济自由放任的理论和政策，第一次做了系统阐述，并使之成为该书的一个重要思想贯穿于始终。亚当·斯密认为：在商品经济中，每个人都以追求自己的利益为目的，在一只“看不见的手”的指导下，即通过市场机制自发作用的调节，各人为追求自己利益所做的选择，自然而然地会使社会资源获得最优配置。亚当·斯密反对限制经济自由的重商主义政策和封建制度，主张自由放任，国家只起“守夜人”的作用。要求取消封建性的手工学徒制和居住法，使劳动力能够自由流动；要求取消妨碍土地遗产分割的法律，使土地能够自由买卖；要求取消政府对工业和国内贸易的干预和管理，如取消保护关税、行会制度和专门公司等，使商品生产、交换在完全自由竞争的条件下进行。这种自由放任的思想和主张，对当时正处于由工场手工业开始向机器大工业过渡的英国资本主义市场经济来说，无疑是一种促进。其后经济自由主义在资本主义世界还继续盛行了 100 多年，但经济自由主义对促进资本主义经济发展的作用是有限的。

20 世纪 30 年代凯恩斯国家干预主义取代了经济自由主义而占据统治地位。到了 70 年代，在凯恩斯主义面对“滞涨”局面而束手无策的形势下，资本主义世界又纷纷兴起了新的经济自由主义思潮。这一观点认为：生产资料私有制是一切经济活动的前提，特别是市场经济中一切活动的前提；交换和市场的自发运行有充分的效率；自由贸易是最好的外贸政策。新自由主义是坚决反对政府的过多干预。

新自由主义与亚当·斯密经济自由主义的区别是：斯密经济自由主义主张实行完全自由放任，而新自由主义则一般都主张在国家干预下强调经济自由。

在很多人看来，经济自由主义意味着不要政府或自由放任，甚至等同于无政府主义。这是对经济自由主义的误读，并且常常在实践上导致对经济自由主义的滥用或否定。

在一些研究西方近现代经济学史的学者那里，整部西方经济学史就是经济自由主义和国家干预主义两种思潮消长、替代的历史。事实上，从自由主义的基本原则和各个经济学流派的哲学基础上，可以看出整个西方经济思潮也是一部自由主义的兴起、发展的历史。即使是国家干预思潮（个别除外），也遵循了自由主义的基本原则，如坚持私有财产制度，强调经济个人主义和自由企业制度，追求市场与政府之间的均衡或和谐。

西方自由主义经济理论基本上可以分为两大类，即两种对立的传统：

第一种为建构理性主义传统，认为政府有意识地控制和指导是个人经济自由的保证，自由放任会导致自由的丧失，人类所有的制度都是人们有意识地设计或发明的产物，强调要加强政府对经济生活的干预。

第二种则是演进理性主义，或自发秩序传统，认为在恰当的法律规则约束下，每个人自发的经济活动，追求自身利益，便可促成社会制度和经济秩序的生成以及社会公共利益的增进，强调要限制政府的干预。这两种传统的差异根源于对理性作用的认识不同。

趣味经济学小常识

在平等自由的社会里，一切交换都使双方得益。并不是企业家赚了

一百万，社会就少了一百万。所以企业家赚钱对社会有功。这和我们普遍的认识大相径庭。传统经济学认为交换不产生财富，那么一方得益另一方必定受损。交换是零和游戏，这种错误的认识导致了交换的障碍和经济的停滞，甚至内斗。在这儿我们可以看到，经济自由主义有多么重要！

经济学中的逆向选择

在现实生活中，往往存在一些和常规不一致的现象，比如一个漂亮而又有才华的女孩，会被很多男孩子暗恋，但是往往由于她的条件太好，反而让很多男孩望而却步、不敢表白。因为他们可能会想：“这么漂亮的女生，又这么有才气，哪轮得到我来追呢！”于是便会退而求其次。可是他们却都忽略了女孩本人的真实想法，说不定，这个漂亮女孩正因为大家对她的望而却步还需要再单身数载。这个和常规不一致的现象其实也可以解释为经济学中的“逆向选择”。“逆向选择”是美国著名经济学家阿克洛夫提出的。当时，他对旧车交易进行了深入仔细的研究，随后在 1970 年提出了著名的“旧车交易模型”，从而开创了“逆向选择”理论的先河。

假设你刚刚来到一个城市，想要买一辆二手车，于是来到二手车市场上。你和卖车的人之间对汽车质量信息的掌握是不对称的。卖家知道所售汽车的真实质量；但是你只知道好车最少要卖 6 万元，而坏车最少要卖 2 万元。要想确切地辨认出二手车市场上汽车质量的好坏是困难的，最多只能通过外观、介绍及简单的现场试验等来获取有关汽车质量的信

息。而从这些信息中很难准确判断出车的质量，因为车的真实质量只有通过长时间的使用才能看出，但这在二手车市场上又是不可能的。

所以，你在把二手车买下来之前，并不知道哪辆汽车是高质量的，哪辆又是低质量的，而只知道二手车市场上汽车的平均质量。

假定你的时间有限，或者缺少耐心，不愿反复讨价还价。你先开价，如果被卖家接受，就成交；否则，就拉倒。那么，你应该开价多少呢？开价 6 万元显然是太高了，因为这不能保证你买到好车，如果你希望买到好车的话；而如果你希望买到坏车，开价 2 万元，就肯定有人卖给你。

也就是说，所有典型的买家只愿意根据平均质量支付价格，出价 4 万元。结果是，二手车市场上汽车的平均质量降低，因为买家愿意支付的价格进一步下降。在均衡的情况下，只有低质量的汽车成交。

这样一来，质量高于平均水平的卖家就会将他们的汽车撤出二手车市场，市场上只留下质量低的卖家。于是，高质量汽车被低质量汽车排挤到市场之外，市场上留下的只有低质量汽车。也就是说，高质量的汽车在竞争中失败，市场选择了低质量的汽车。演绎的最后结果是：市场成了破烂车的展览馆，极端的情况是一辆车都不成交。在这种情况下，不论买家是否愿意，他只能将质量较低的二手车开回家。

这违背了市场竞争中优胜劣汰的选择法则。市场或者价格机制并没有带来帕累托最优，实现最大的社会效率。因为平常人们都是选择好的，而这里选择的却是差的，想买好车的人没有买到好车，想卖好车的人没有出售好车。所以这种现象又被称为逆向选择。

上面的这个例子尽管简单，但给出了逆向选择的基本含义：

1.在信息不对称的情况下，市场的运行可能是无效率的。因为有买主愿出高价购买好车，市场——“看不见的手”并没有实现将好车从卖主手里转移到需要的买主手中。市场调节下供给和需求总能在一定价位上满足买卖双方的意愿的理论失灵了。

2.这种“市场失灵”具有“逆向选择”的特征，即市场上只剩下次品，也就形成了人们通常所说的“劣币驱逐良币”效应。传统市场的竞争机制导出的结论是：“良币驱逐劣币”或“优胜劣汰”；可是，信息不对称导出的是相反的结论：“劣币驱逐良币”或“劣胜优汰”。

从上述分析还可以看出，产品的质量与价格有关，较高的价格诱导出较高的质量，较低的价格导致较低的质量。逆向选择使得市场上出现价格“决定”质量的现象。由于买者无法掌握产品质量的真实信息，这就为卖家通过降低产品质量来降低成本从而争取低价格提供了可能，因而出现低价格导致低质量的现象。

趣味经济学小常识

逆向选择对经济是有害的：高质量的卖者和需要高质量产品的买者无法进行交易，双方效用都受到损害；低质量的企业获得生存、发展的机会和权利，迫使高质量的企业降低质量，与之“同流合污”；买者以预期价格获得的却是较低质量的产品。

消费者剩余

在一场纪念猫王的小型拍卖会上，有一张绝版的猫王专辑在拍卖，小秦、小文、老李、阿俊四个“猫王迷”同时出现。他们每一个人都想拥有这张专辑，但每个人愿意为此付出的价格都有限。小秦的支付意愿为100元，小文为80元，老李愿意出70元，阿俊只想出50元。拍卖会

开始了，拍卖者首先将最低价格定为 20 元，开始叫价。由于每个人都非常想要这张专辑，并且每个人愿意出的价格远远高于 20 元，于是价格很快上升。当价格达到 50 元时，阿俊不再参与竞拍。当专辑价格提升为 70 元时，老李退出了竞拍。最后，当小秦愿意出 81 元时，竞拍结束了，因为小文也不愿意出高于 80 元的价格购买这张专辑。

那么，小秦究竟能从这张专辑中得到什么利益呢？实际上，小秦愿意为这张专辑支付 100 元，但他最终只为此支付了 81 元，比预期节省了 19 元。这节省出来的 19 元就是小秦的“消费者剩余”。

消费者剩余是指消费者购买某种商品时，所愿支付的价格与实际支付的价格之间的差额。在西方经济学中，这一概念是马歇尔提出来的，他在《经济学原理》中为消费者剩余下了这样的定义：“一个人对一物所付的价格，绝不会超过而且也很少达到他宁愿支付而不愿得不到此物的价格。因此，他从购买此物中所得到的满足，通常超过他因付出此物的代价而放弃的满足，这样，他就从这种购买中得到一种满足的剩余。他宁愿付出而不愿得到的此物的价格，超过他实际付出的价格的部分，就是这种剩余满足的经济衡量。这个部分可以称为消费者剩余。”

消费者在买东西时对所购买的物品有一种主观评价。这种主观评价表现是他愿意为这种物品所支付的最高价格即需求价格。决定这种需求价格的主要有两个因素：一是消费者满足程度的高低，即效用的大小；二是与其他同类物品所带来的效用和价格的比较。

在日常生活中，消费者剩余可以用来衡量消费者购买并消费某种物品或服务所得到的经济福利的大小。消费者购买和消费物品或服务是为了得到经济福利，一种物品或服务给消费者带来的消费者剩余越大，即市场价格越低于消费者愿意出的最高价格，消费者就越愿意购买；反之，如果市场价格高于消费者愿意出的最高价格，那么消费者就会认为购买该物品或劳务不值得，或者说消费者剩余为负数，那么消费者就不会购

买。

在市场经济中，很多商家为了让自己赚取更多的利润，会尽量让消费者剩余成为正数，于是采取薄利多销的销售策略，以此来吸引更多的消费者前来购买商品。

在日常生活中，消费者剩余可以被广泛地作为一种分析工具来加以应用，是衡量消费者福利的重要指标。由于社会经济行为主体分为生产者和消费者两类，而消费者在社会经济生活中的地位是由现代社会分工体系引发并决定的，所以消费者权益是现代市场经济体制的内在要求和必然产物。经济学家豪斯曼认为，社会利益主要由消费者利益决定。

从经济学意义上来说，保护消费者权益就集中体现在增加消费者剩余方面。欧盟《罗马条约》中，假定消费者是条约所要实现的经济目标的最终受益人，说明市场经济的本质是消费者主权的经济。这是因为，市场经济是等价交换、平等竞争的经济；市场经济是消费需求导向型经济；市场经济是人们的物质文化需要不断得到满足的经济。因此，在市场经济中，消费者是产品消费的主体，而厂商要想获得利润，就必须满足消费者的质量需求和价格需求，而消费者剩余是其中的关键因素之一。知道了这一点，很多商家自然会下功夫，尽量让消费者剩余为正数，从而让自己获得更多的利润。

趣味经济学小常识

一般来说，在购买商品时，每个购买者都希望以低于自己支付意愿

的价格买到商品，而拒绝以高于支付意愿的价格购买该商品。

价格波动

2010 年 12 月，国家统计局日前发布了 12 月上旬 50 个城市主要食品平均价格变动情况，其中食用油价格仍然以涨为主。近来，各种农产品价格的持续上涨牵动了每一个老百姓的神经，尤其是食用油市场更是涨声一片，甚至一度出现一周四涨的情况。随着国家调控政策的加强，虽有小幅回落，但市场对于食用油价格的上涨预期仍然没有消除。实际上从 2007 年开始，国内食用油价格几度大起大落，眼下的价格变化似乎也会延续这样的轨迹。这种价格波动难免让神经敏感的老百姓不安。这种现象，其实就是经济学中所说的“价格波动”。

经济学专家指出：价值的变动是价格变动的内在的、支配性的因素，是价格形成的基础。但是，由于商品的价格既是由商品本身的价值决定的，也是由货币本身的价值决定的，所以商品价格的变动不一定反映商品价值的变动。在商品价值不变时，货币价值的变动就会引起商品价格的变动；同样，商品价值的变动也并不一定会引起商品价格的变动，例如，在商品价值和货币价值按同一方向发生相同比例变动时，商品价值的变动并不引起商品价格的变动。

所以，商品的价格虽然是表现价值的，但是，仍然存在着商品价格和商品价值不相一致的情况。在简单商品经济条件下，商品价格随市场供求关系的变动，直接围绕它的价值上下波动；在资本主义商品经济条件下，由于部门之间的竞争和利润的平均化，商品价值转化为生产价格，

商品价格随市场供求关系的变动，围绕生产价格上下波动。

价格的作用是价值规律作用的表现，是价格实现自身功能时对市场经济运行所产生的效果，是价格的基本职能的外化。在市场经济中，价格的作用主要有：

1. 价格是商品供求关系变化的指示器

借助于价格，可以不断地调整企业的生产经营决策，调节资源的配置方向，促进社会总供给和社会总需求的平衡。在市场上，借助于价格，可以直接向企业传递市场供求的信息，各企业根据市场价格信号组织生产经营。与此同时，价格的水平又决定着价值的实现程度，是市场上商品销售状况的重要标志。

2. 价格水平与市场需求量的变化密切相关

一般来说，在消费水平一定的情况下，市场上某种商品的价格越高，消费者对这种商品的需求量就越小；反之，商品价格越低，消费者对它的需求量也就越大。而当市场上这种商品的价格过高时，消费者也就可能做出少买或不买这种商品，或者购买其他商品替代这种商品的决定。因此，价格水平的变动起着改变消费者需求量、需求方向，以及需求结构的作用。

3. 价格是实现国家宏观调控的一个重要手段

价格所显示的供求关系变化的信号系统，为国家宏观调控提供了信息。一般来说，当某种商品的价格变动幅度预示着这种商品有缺口时，国家就可以利用利率、工资、税收等经济杠杆，鼓励和诱导这种商品生产规模的增加或缩减，从而调节商品的供求平衡。价格还为国家调节和控制那些只靠市场力量无法使供求趋于平衡的商品生产提供了信息，使国家能够较为准确地干预市场经济活动，在一定程度上避免由市场自发调节带来的经济运行的不稳定，或减少经济运行过程的不稳定因素，使市场供求大体趋于平衡。

一般情况下，影响价格波动的因素主要有以下几点：

1.供求关系

现货交易是市场经济的产物，因此，它的价格变化受市场供求关系的影响。当供大于求时，现货价格下跌；反之，现货价格就上升。在市场经济条件下，上游商品价格上涨能否传导到下游，主要取决于商品的供求状况、供求弹性和产业链条的长短。一般地说，供求弹性小和供求衔接较好的产业，其传导效应比较明显。相反，在供过于求或供求弹性大的领域，上游对下游的价格传导只有通过更为漫长的供求关系的变动来实现。

2.经济周期

在现货市场上，价格变动还受经济周期的影响，在经济周期的各个阶段，都会出现随之波动的价格上涨和下降现象。

3.政府政策

各国政府制定的某些政策和措施会对现货市场价格带来不同程度的影响。

4.政治因素

现货市场对政治气候的变化非常敏感，各种政治性事件的发生常常对价格造成不同程度的影响。

5.社会因素

社会因素指公众的观念、社会心理趋势、传播媒介的信息影响。

6.季节性因素

许多现货商品，尤其是农产品有明显的季节性，价格亦随季节变化而波动。

7.心理因素

心理因素是交易者对市场的信心程度，人称“人气”。如对某商品看好时，即使无任何利好因素，该商品价格也会上涨；而当看淡时，无任

何利空消息，价格也会下跌。又如一些大投机商们还经常利用人们的心理因素，散布某些消息，并人为地进行投机性的大量抛售或补进，谋取投机利润。

8. 货币变动因素

在世界经济发展过程中，各国的通货膨胀、货币汇价以及利率的上下波动，已成为经济生活中的普遍现象，这给现货市场带来了日益明显的影响。

趣味经济学小常识

价格波动对人民的生产生活有很大的影响，价格波动对于人们生活的影响主要表现在价格变化影响消费需求；不同商品价格变化对消费需求影响不同；相同商品价格变化对消费需求影响不同。价格波动对生产者的影响主要是调节生产；提高劳动生产率；生产适销对路的高质量商品。

市场不是万能的

市场是高效的资源配置和经济调节机制，但这只“看不见的手”也并不是万能的。在一定条件下，主要是在不完全竞争或非竞争环境下，市场不能有效地配置资源，引导供求平衡。这就是市场失灵。

市场失灵是指市场本身不能有效配置资源的情况，或者说市场机制的某种障碍造成配置失误或生产要素浪费性使用。

造成市场失灵有很多原因，突出表现在以下几个方面：

1. 收入与财富分配不公

市场机制遵循资本与效率原则，使得收入与财富越来越向富人集中，而另外一些人更趋于贫困，造成了收入与财富分配的进一步拉大。

2. 外部负效应

外部负效应是指某一主体在生产和消费活动的过程中，对其他主体造成的损害。如化工厂，它的内在动因是赚钱，为了赚钱对企业来讲最好是让工厂排出的废水不加处理而进入下水道、河流、江湖等，从而给环境保护、其他企业的生产和居民的生活带来危害。市场本身并不能制止化工厂的这种污染行为。

3. 市场垄断

一般来说，竞争是在同一市场中的同类产品或可替代产品之间展开的。但一方面，由于分工的发展使产品之间的差异不断拉大，资本规模扩大和交易成本的增加，阻碍了资本的自由转移和自由竞争。另一方面，由于市场垄断的出现，减弱了竞争程度，使竞争的作用下降。

4. 非对称信息

由于经济活动的参与人具有的信息是不同的，一些人可以利用信息优势进行欺诈，这会损害正当的交易。当人们对欺诈的担心严重影响交易活动时，市场的作用就会丧失，市场配置资源的功能也就失灵了。此时市场不能完全自行解决问题，为了保证市场的正常运转，政府需要制定一些法规来制止和约束欺诈行为。

市场失灵所造成的破坏作用是巨大的，甚至会引起经济危机，如 1929~1932 年大危机就是一次典型的市场失灵。1933 年，整个资本主义世界工业生产下降 40%，各国工业产量倒退到 19 世纪末的水平，资本主义世界贸易总额减少了 2/3，美、德、法、英共有 29 万家企业破产。资本主义世界失业工人达到 3000 多万人，美国失业人口 1700 多万人。

由于市场失灵的存在，要优化资源配置，必须由政府进行干预。正因为市场会失灵，才需要政府的干预或调节。市场规律和政府调控相结合，才能有效遏制“市场失灵”的现象。

趣味经济学小常识

市场是一种资源配置的好办法，市场经济比计划经济更有效率。但市场机制不是万能的，它不可能有效地调节人们经济生活的所有领域，此时就有了市场失灵。

第三章

宏观经济学

为什么全球最发达的国家美国会成为全球最大的负债国？
为什么政府报告中说的最多的是 GDP？为什么中国国土资源部在 2010 年要求抑制地价上涨过快？为什么有的地方不愿意摘下“穷困县”的帽子？为什么有些公司想方设法虚开发票？
要解读这些现象，我们要学点宏观经济学的常识。

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

GDP——国内生产总值

一天两位青年饭后去散步，为了某个数学模型的证明争了起来。正在难分高下的时候，突然发现前面的草地上有一堆狗屎。甲就对乙说，如果你能把它吃下去，我愿意出五千万。五千万的诱惑可真不小，吃还是不吃呢？乙掏出纸笔，进行了精确的数学计算，很快得出了经济学上的最优解：吃！于是甲损失了五千万，当然，乙的这顿饭吃得也并不轻松。

两个人继续散步，突然又发现了一堆狗屎，这时候乙开始剧烈反胃，而甲也有点心疼刚才花掉的五千万。于是乙说，你把它吃下去，我也给你五千万。于是，出现了不同的计算方法，相同的计算结果——吃！甲心满意足地收回了五千万，而乙似乎也找到了一点心理平衡。

可突然，他们同时号啕大哭：闹了半天我们什么也没得到，却白白吃了两堆狗屎！他们怎么也想不通，只好去请他们的导师，一位著名的经济学泰斗给出解释。听了两位高徒的故事，没想到泰斗无比激动，只见泰斗颤巍巍地举起一根手指头，无比激动地说：“一个亿啊！一个亿啊！我亲爱的同学，感谢你们，你们仅仅吃了两堆狗屎，就为国家的GDP贡献了一个亿的产值！”

这是一个经济学的笑话。吃狗屎能创造GDP，这是件可笑的事情。在可笑之余，我们应该先了解什么是GDP。

GDP即国内生产总值的英文缩写，它是指一定时期内，一个国家或地区的经济中所生产出的全部最终产品和提供劳务的市场价值的总值。

国内生产总值是用最终产品来计量的，即最终产品在该时期的最终出售价值。一般根据产品的实际用途，可以把产品分为中间产品和最终产品。所谓最终产品，是指在一定时期内生产的可供人们直接消费或者使用的物品和服务。这部分产品已经到达生产的最后阶段，不能再作为原料或半成品投入其他产品和劳务的生产过程中去，如消费品、资本品等。中间产品是指为了再加工或者转卖用于供别种产品生产使用的物品和劳务，如原材料、燃料等。GDP 必须按当期最终产品计算，中间产品不能计入，否则会造成重复计算。

国内生产总值是一个市场价值的概念。各种最终产品的市场价值是在市场上达成交换的价值，都是用货币来加以衡量的，通过市场交换体现出来。一种产品的市场价值就是用这种最终产品的单价乘以其产量获得的。国内生产总值一般仅指市场活动导致的价值。那些非生产性活动以及地下交易、黑市交易等不计入 GDP 中，如家务劳动、自给自足性生产、赌博和毒品的非法交易等。

GDP 是计算期内生产的最终产品价值，因而是流量而不是存量。

国家统计局每年公布的 GDP 数据计算需要经过以下几个过程：初步估计过程、初步核实过程和最终核实过程。初步估计过程一般在每年年终和次年年初进行。它得到的年度 GDP 数据只是一个初步数，这个数据有待于获得较充分的资料后进行核实。初步核实过程一般在次年的第二季度进行。初步核实所获得的 GDP 数据更准确些，但因仍缺少 GDP 核算所需要的许多重要资料，因此相应的数据尚需要进一步核实。最终核实过程一般在次年的第四季度进行。这时，GDP 核算所需要的和所能搜集到的各种统计资料、会计决算资料和行政管理资料基本齐备。与前一个步骤相比，它运用了更全面、更细致的资料，所以这个 GDP 数据显得就更准确些。

此外，GDP 数据还需要经过一个历史数据调整过程，即当发现或产

生新的资料来源、新的分类法、更准确的核算方法或更合理的核算原则时，要进行历史数据调整，以使每年的 GDP 具有可比性，这是国际惯例。

趣味经济学小常识

一般而言，国内生产总值有三种形态，即价值形态、收入形态和产品形态。从价值形态看，它是所有常住单位在一定时期内生产的全部货物和服务价值与同期投入的全部非固定资产货物和服务价值的差额，即所有常住单位的增加值之和；从收入形态看，它是所有常住单位在一定时期内直接创造的收入之和。

GNP——国民生产总值

一旦“中国不高兴”而对外国货发起抵制运动时，外资企业甚至外国政府都无不慌神儿，因为他们知道，中国人一旦没完没了地“抵制”起来，损失最大的将是他们的 GNP。下面就让我们来认识一下什么是 GNP。GNP 是国民生产总值的英文缩写，它是指一个国家（地区）所有常住机构单位在一定时期内收入初次分配的最终成果。

一个国家常住机构单位从事生产活动所创造的增加值在初次分配过程中主要分配给这个国家的常住机构单位，但也有一部分以劳动者报酬和财产收入等形式分配给该国的非常住机构单位。同时，国外生产单位所创造的增加值也有一部分以劳动者报酬和财产收入等形式分配给该国

的常住机构单位。从而产生了国民生产总值概念，它等于国内生产总值加上来自国外的劳动报酬和财产收入减去支付给国外的劳动者报酬和财产收入。

国民生产总值与社会总产值、国民收入有区别：

1.核算范围不同

社会总产值和国民收入都只计算物质生产部门的劳动成果，而国民生产总值对物质生产部门和非物质生产部门的劳动成果都进行计算。

2.价值构成不同

社会总产值计算社会产品的全部价值；国民生产总值计算在生产产品和提供劳务过程中增加的价值，即增加值，不计算中间产品和中间劳务投入的价值，国民收入不计算中间产品价值，也不包括固定资产折旧价值，即只计算净产值。

国民生产总值反映一个国家的经济水平。按可比价格计算的国民生产总值，可以计算不同时期不同地区的经济增长率。

国民生产总值的计算方法有三种：

1.生产法

生产法是从各部门的总产值（收入）中减去中间产品和劳务消耗，得出增加值。各部门增加值的总和就是国民生产总值；按提供物质产品与劳务的各个部门的产值来计算 GNP。这种方法仅计算本部门的增值。是从货物和服务活动在生产过程中形成的总产品入手，剔除生产过程中投入的中间产品价值，得到新增价值的方法。

2.支出法

即个人消费支出+政府消费支出+国内资产形成总额（包括固定资本形成和库存净增或净减）+出口与进口的差额；这是从最终使用角度来反映国内生产总值最终去向的一种方法。最终使用包括货物和服务的总消费、总投资和净出口三部分内容。

3. 收入法

收入法是将国民生产总值看作为各种生产要素（资本、土地、劳动）所创造的增加值总额。因此，它要以工资、利息、租金、利润、资本消耗、间接税净额（即间接税减政府补贴）等形式，在各种生产要素中间进行分配。这样，将全国物质生产部门和非物质生产部门的上述各个项目加以汇总，即可计算出国民生产总值。这种方法是从收入的角度出发，把生产要素在生产中所得到的各种收入相加。

从理论上说，上述3种方式最后统计得出的结果应该是一致的。现在国际上计算国内生产总值的通行方法为FPA，并将它得出的数据作为标准。其计算公式为： $Q_1 \cdot P_1 + Q_2 \cdot P_2 + \dots + Q_n \cdot P_n = \text{国内生产总值}$ 。其中Q代表各种劳务与最终产品，即不包括生产各环节中重复计算的部分；P代表劳务与最终产品的价格。

趣味经济学小常识

在实际国民生产总值的核算中，各个国家一般每过几年就会重新确定一个基年。当我们把2000年作为基年时，该年的名义国民生产总值和实际国民生产总值就会相等。

看得见的手——宏观调控

宏观调控就是国家运用计划、法规、政策等手段，对经济运行状态和经济关系进行干预和调整，把微观经济活动纳入国民经济宏观发展轨

道，及时纠正经济运行中的偏离宏观目标的倾向，以保证国民经济的持续、快速、协调、健康发展。

市场具有巨大的自我调节能力，但是市场并不是万能的。有些领域不能让市场来调节，有些领域不能依靠市场来调节。即使在市场调节可以广泛发挥作用的领域，市场也存在着固有的弱点和缺陷，包括自发性、盲目性、滞后性。最后，宏观调控有利于帮助人们认识市场的弱点和缺陷，保证市场经济健康有序的发展。

经济学认为，宏观调控的手段和作用是通过制订计划，指明经济发展的目标、任务、重点；通过制定法规，规范经济活动参加者的行为；通过采取命令、指示、规定等行政措施，直接、迅速地调整和管理经济活动。其最终目的是补救“看不见的手”在调节微观经济运行中的失效。如果政府的作用发挥不当，不遵循市场的规律，也会产生消极的后果。

在现代市场经济的发展中，市场是“看不见的手”，而政府的引导被称为“看得见的手”。事实上，经济学家把“宏观调控”这个词就理解为宏观经济政策。所以实际应用上，宏观调控的含义正在改变。在市场经济环境下，长期引领西方经济的自由经济主义观念对政府的宏观调控不甚赞同。20世纪80年代，有经济研究部门叫宏观调节部，表明在当时的经济形势下对宏观调节还有一点敬畏，后来慢慢改称了“宏观调控”，这是因为政府对经济的控制有所加强。宏观调控由此演变为一个长期的宏观经济政策概念，在任何时候都要存在。

我国宏观经济调控的主要目标是：

1. 促进经济增长

经济增长是和社会发展的基础。持续快速的经济增长是实现国家长远战略目标的首要条件，也是提高人民生活水平的首要条件。因此，促进经济增长是宏观调控的最重要的目标。促进经济增长是在调节社会总供给与社会总需求的关系中实现的。因此，为了促进经济增长，政府

必须调节社会总供给与社会总需求的关系，使之达到基本平衡。

2. 增加就业

就业是民生之本，是人民群众改善生活的基本前提和基本途径。就业的情况如何，关系到人民群众的切身利益，关系到改革发展稳定的大局，关系到全面建设小康社会的宏伟目标，关系到实现全体人民的共同富裕。促进充分就业是我国政府的责任。我国面临严峻的就业形势，一方面劳动供给数量庞大，另一方面劳动力需求显得有限。因此必须坚持实行促进就业的长期战略和政策，长期将增加就业的宏观调控目标落到实处，并严格控制人口和劳动力增长。就业的增加取决于经济增长速度和经济增长的就业弹性。要增加就业，首先要促进经济持续快速增长，这是增加就业的基础，同时还必须提高就业弹性。为了提高就业弹性，要积极发展劳动密集型产业、第三产业、中小企业、非公有制企业，要大力推进城镇化，加快小城镇建设。

3. 稳定物价

在市场经济中，价格的波动是价格发挥调节作用的形式，但价格的大幅度波动对经济生活是不利的。如果物价大幅上升和通货膨胀，会刺激盲目投资，重复建设，片面追求数量扩张，经济效益下降；如果物价下降和通货紧缩，则会抑制投资，生产下降，失业增加。在社会主义市场经济条件下，绝大多数商品和服务的价格由市场决定，但政府可以运用货币等经济手段对价格进行调节，必要时也可以采用某些行政手段，以保持价格的基本稳定，避免价格的大起大落。

4. 保持国际收支平衡

国际收支是指一个国家或地区与其他国家或地区之间由于各种交易所引起的货币收付或以货币表示的财产的转移。

国家进行宏观调控的主要手段有：

1. 法律手段

国家通过制定和运用经济法规来调节经济活动的手段。主要通过经济立法和经济司法进行调节经济，有权威性和强制性。

2.经济手段

国家运用经济政策和计划，通过对经济利益的调整来影响和调节经济活动的措施。主要方法有：一、财政政策和货币政策的调整。二、制定和实施经济发展规划、计划等，对经济活动进行引导，是一种间接手段，但是是主要手段。

3.行政手段

国家通过行政机构，采取带强制性的行政命令、指示、规定等措施，来调节和管理经济。如利用工商、商检、卫生检疫、海关等部门禁止或限制某些商品的生产与流通，有直接性、权威性、无偿性和速效性等特点。

趣味经济学小常识

在社会主义市场经济条件下，调控的主要目标是：经济稳定增长，重大经济结构优化，物价总水平基本稳定，充分就业，公正的收入分配，国际收支平衡等。

货币政策

1987年由美国总统里根任命的艾伦·格林斯潘执掌美联储，一直到2005年本·伯南克接替格林斯潘，出任下任美联储主席。格林斯潘为白

官工作 18 年，历经里根、布什、克林顿、小布什四位总统任期，成为美国史上任期时间最长的联储局主席。

对中央银行的掌门人，美国金融界评论：“格林斯潘一开口，全球投资人都要竖起耳朵”，“格林斯潘打个喷嚏，全球投资人都要感冒”。“笨蛋！谁当总统都无所谓，只要让艾伦当美联储主席就成。”——这是 1996 年美国大选前夕《财富》杂志放在封面的一句口号。格林斯潘之所以“打个喷嚏，全球投资人都要伤风”，在于他是美国中央银行的掌门人，手握重要法宝——货币政策。

货币政策包括狭义的货币政策和广义的货币政策。

狭义货币政策：指中央银行为实现既定的经济目标（稳定物价，促进经济增长，实现充分就业和平衡国际收支）运用各种工具调节货币供给和利率，进而影响宏观经济的方针和措施的总称。

广义货币政策：指政府、中央银行和其他有关部门所有有关货币方面的规定和采取的影响金融变量的一切措施。

狭义的货币政策和广义的货币政策的不同主要在于后者的政策制定者包括政府及其他有关部门，他们往往影响金融体制中的外生变量，改变游戏规则，如硬性限制信贷规模、信贷方向，开放和开发金融市场。前者则是中央银行在稳定的体制中利用贴现率、准备金率、公开市场业务达到改变利率和货币供给量的目标。

货币政策的最终目标是指中央银行组织和调节货币流通的出发点和归宿，它反映了社会经济对货币政策的客观要求。货币政策的最终目标，一般有四个：稳定物价、充分就业、促进经济增长和平衡国际收支等。

1. 稳定物价

中央银行货币政策的首要目标是稳定物价，而物价稳定的实质是币值的稳定。币值原指单位货币的含金量，在现代信用货币流通条件下，衡量币值稳定与否，已经不再是根据单位货币的含金量，而是根据单位

货币的购买力，即在一定条件下单位货币购买商品的能力。它通常以一揽子商品的物价指数，或综合物价指数来表示。目前各国政府和经济学家通常采用综合物价指数来衡量币值是否稳定。物价指数上升，表示货币贬值；物价指数下降，则表示货币升值。稳定物价是一个相对概念，就是要控制通货膨胀，使一般物价水平在短期内不发生急剧的波动。

衡量物价稳定与否，从各国的情况看，通常使用的指标有三个：一是 GNP（国民生产总值）平均指数，它以构成国民生产总值的最终产品和劳务为对象，反映最终产品和劳务的价格变化情况。二是消费物价指数，它以消费者日常生活支出为对象，能较准确地反映消费物价水平的变化情况。三是批发物价指数，它以批发交易为对象，能较准确地反映大宗批发交易的物价变动情况。需要注意的是，除了通货膨胀以外，还有一些属于正常范围内的因素，如季节性因素、消费者嗜好的改变、经济与工业结构的改变等等，也会引起物价的变化。

总之，在动态的经济社会里，要将物价冻结在一个绝对的水平上是不可能的，问题在于能否把物价控制在经济增长所允许的限度内。这个限度的确定，各个国家不尽相同，主要取决于各国经济发展情况。另外，传统习惯也有很大的影响。有人认为，物价水平最好是不增不减，或者只能允许在 1% 的幅度内波动，这就是物价稳定；也有人认为，物价水平不增不减是不可能的，只要我们能将物价的上涨幅度控制在 1%~2% 就算稳定了；还有人认为，物价每年上涨在 3% 左右就可以称之为物价稳定。

2. 充分就业

在充分就业的情况下，凡是有能力并自愿参加工作者，都能在较合理的条件下随时找到适当的工作。

充分就业是针对所有可利用资源的利用程度而言的。但要测定各种经济资源的利用程度是非常困难的，一般以劳动力的就业程度为基准，即以失业率指标来衡量劳动力的就业程度。所谓失业率，指社会的失业

人数与愿意就业的劳动力之比，失业率的大小，也就代表了社会的充分就业程度。失业，理论上讲，表示了生产资源的一种浪费，失业率越高，对社会经济增长越是不利，所以，各国都力图把失业率降到最低的水平，以实现其经济增长的目标。

3.促进经济增长

经济增长就是指国民生产总值的增长必须保持合理的、较高的速度。目前各国衡量经济增长的指标一般采用人均实际国民生产总值的年增长率，即用人均名义国民生产总值年增长率剔除物价上涨率后的人均实际国民生产总值年增长率来衡量。政府一般对计划期的实际 GNP 增长幅度定出指标，用百分比表示，中央银行即以此作为货币政策的目标。

当然，经济的合理增长需要多种因素的配合，最重要的是要增加各种经济资源，如人力、财力、物力，并且要求各种经济资源实现最佳配置。中央银行作为国民经济中的货币主管部门，直接影响到其中的财力部分，对资本的供给与配置产生巨大作用。因此，中央银行以经济增长为目标，指的是中央银行在接受既定目标的前提下，通过其所能操纵的工具对资源的运用加以组合和协调。一般地说，中央银行可以用增加货币供给或降低实际利率水平的办法来促进投资增加；或者通过控制通货膨胀率，以消除其所产生的不确定性和短期效应对投资的影响。

4.平衡国际收支

平衡国际收支目标，简言之，就是采取各种措施纠正国际收支差额，使其趋于平衡。因为一国国际收支出现失衡，无论是顺差或逆差，都会对本国经济造成不利影响，长时期的巨额逆差会使本国外汇储备急剧下降，并承受沉重的债务和利息负担；而长时期的巨额顺差，又会造成本国资源使用上的浪费，使一部分外汇闲置，特别是如果因大量购进外汇而增发本国货币，则可能引起或加剧国内通货膨胀。当然，相比之下，逆差的危害尤甚，因此各国调节国际收支失衡一般着力于减少以至消除

逆差。

总之，国家的货币政策就像一只大手，不断地矫正国家经济发展的方向，对经济产生重大的影响。当我们对国家货币政策有个清晰深入的了解，对我们判断国家宏观调控方向有重要的意义。

趣味经济学小常识

积极的货币政策是通过提高货币供应增长速度来刺激总需求，在这种政策下，取得信贷更为容易，利息率会降低。因此，当总需求与经济的生产能力相比很低时，使用扩张性的货币政策最合适。消极的货币政策是通过削减货币供应的增长率来降低总需求水平，在这种政策下，取得信贷较为困难，利息率也随之提高。因此，在通货膨胀较严重时，采用消极的货币政策较合适。

公平与效率之间的关系

公平指人与人的利益关系及利益关系的原则、制度、做法、行为等都合乎社会发展的需要。公平观念是社会的产物，按其所产生社会历史条件和社会性质的不同而有所不同。公平又是一个客观的范畴，尽管在不同的社会形态中公平的内涵不同。不同的社会，不同的阶级，对公平的理解不同，但公平具有客观的内容。公平是社会存在的反映，具有客观性。

效率是指资源投入和生产产出的比率。人类任何活动都离不开效率

问题，人作为智慧动物，其一切活动都是有目的的，是为了实现既定的目标。在实现目标的过程中，有的人投入少，但实现的目的多，即我们所说的事半功倍，而有的人投入很大，但实现的目的少，或者实现不了其目标，即我们所说的事倍功半，前者是高效率，后者是低效率。所以效率就是人们在实践活动中的产出与投入之比值，或者叫效益与成本之比值，如果比值大，效率就高，也就是效率与产出或者收益的大小成正比，而与成本或投入成反比，也就是说，如果想提高效率，必须降低成本投入，提高效益或产出。

效率与公平的关系是辩证统一的。一个有效率的社会，其资源配置、管理体制、运作机制应该是合理的、公正的；同样，一个公正的社会，其资源一定能得到合理的配置，人的积极性、创造性才能得到最大限度的发挥。效率的提高有助于公平的实现，社会的公平也有助于效率的提高。但是，在现实生活中，效率与公平没有能够很好地协调起来，相反，矛盾突出。追求公平，效率就打折扣；追求效率，公平就很难保证。其结果，必将影响经济的发展，社会的稳定。因此，强调坚持注重效率与维护社会公平相协调非常重要。

处理公平与效率的关系应该是效率优先。因为公平与效率总的来说是一致的，所以，实行效率优先原则就意味着是公平的、合理的。所谓效率优先原则就是指分配制度、分配政策要以促进生产力发展和社会经济效率为首要目标，发展社会主义市场经济，深化经济体制改革，我们必须把效率作为优先考虑的价值目标。

效率优先原则意味着人们以经济建设为中心，以实现生产力的发展为目标，这样，效率提高了，生产上去了，社会财富增多了，人们享有的社会公平就更多了。生产力的发展是衡量一切社会进步与否的标准，由于效率属于现实生产力范畴，而公平属于生产关系和上层建筑范畴，因而从效率与公平在社会发展因素的序列中的一般关系来看，效率优先

是必然的，兼顾公平是必要的，因而是合理的。

宏观地看，生产效率越低下，社会公平实现的就越不充分，人们就越缺少自由、民主、公平；反之，生产效率越高，社会财富越丰富，在社会物质文明增强的基础上构建的人类社会秩序就越完善，人们所享有的自由、民主、公平就越充分，能实现自我、完善自我的机会也就越多。为社会创造的财富越多，产生的效率就越大，所以，在二者的关系中要以效率为先，兼顾公平。

我们曾经过分重视公平而忽视了效率，误以为公平就是分配领域的平均主义，因而在分配上实行了公平的平均，这种公平的薪酬体系造成了什么后果呢？那就是妨碍了效率，结果使人民长期处于贫穷状态，生活在困窘的状态中。没有生产的发展，没有效率，就没有公平赖以实现的物质基础。要以效率为先，只有以效率为先才能提供公平的物质基础，没有效率，公平只是一句空话。

市场经济充满活力，其重要原因就是在竞争中机会公平，效率优先。对于企业来说，在竞争中，在同一市场条件下，效率是决定企业生存和发展的关键，所以应以效率为先。企业在制定发展战略时要根据市场需求制定切实可行的营销战略，在企业内部，要尽可能降低成本，提高产品质量，充分挖掘人力资源，调动员工的积极性，从而提高效率。企业的效率好，才能在激烈的市场竞争中处于优势。

公平促进效率，有利于效率的实现，效率为公平的实现提供了物质基础，二者是一致的。在我们建设社会主义市场经济的今天，要使每个人都享有平等的参与竞争，平等的劳动就业机会，在同一起跑线上开始竞争，而个人的分配、收入要与个人所投入的努力达到一种比例上的动态平衡——多劳多得。

趣味经济学小常识

在公平与效率之间，既不能只强调效率忽视了公平，也不能因为公平而不要效率，而是应该寻求一个公平与效率的最佳契合点，实现效率，促进公平。

为什么美国会成为最大的负债国

美国 2009 财年的赤字达 1.413 万亿美元，占 GDP 的 9.9%。2011 财年的赤字 1.267 万亿美元，占 GDP 的 8.3%，白宫预计到 2014 年将逐渐降至 7060 亿美元，占 GDP 的 3.9%。未来 10 年的赤字总额将达 8.532 万亿美元。在奥巴马任期内赤字将不会降至其设定的占 GDP3% 的目标，但将达到比他上台时的水平下降一半的目标。

白宫预算办公室主任奥斯泽格表示，随着经济复苏，赤字将回落。他拒绝透露支撑该预算的经济预测。奥巴马此前曾多次强调，在继续推动经济复苏的过程中，削减财政赤字与创造就业同样重要。不过，庞大的财政赤字隐藏着巨大的风险，对金融市场尤其是美元将构成长期的压力。当前，美国政府已是债台高筑。

财政赤字又叫预算赤字，一国政府在每一财政年度开始之初，总会制订一个当年的财政预算方案，若实际执行结果收入大于支出，为财政盈余，支出大于收入，即为财政赤字。理论上说，财政收支平衡是财政的最佳情况，在现实中就是财政收支相抵或略有节余。如果国家财政出现入不敷出的局面，那么这种支出差额在进行会计处理时，需用红字书

写，这也正是“赤字”的由来。赤字的出现有两种情况：一是有意安排，被称为“赤字财政”或“赤字预算”，它属于财政政策的一种；另一种情况，即预算并没有设计赤字，但执行到最后却出现了赤字，也就是“财政赤字”或“预算赤字”。

在现实中，很多经济处于上升状态的国家都需要大量的财富解决大批的问题，经常会出现入不敷出的局面，因此赤字财政不可避免。在局面消费不足的情况下，政府通常的做法就是加大政府投资，以拉动经济的增长，但是长期的财政赤字会给国民经济造成很大负担，不是长久之计。一般来说，以下几种手段可以控制财政赤字。

1. 动用历年结余

动用历年结余就是使用以前年度财政收大于支形成的结余来弥补财政赤字。财政出现结余，说明一部分财政收入没有形成现实的购买力。在我国，由于实行银行代理金库制，因此，这部分结余从银行账户上看，表现为财政存款的增加。当动用财政结余时，就表现为银行存款的减少。因此，只要结余是真实的结余，动用结余是不会有政府财政向银行透支的问题。但是，财政结余已构成银行信贷资金的一项来源，随着生产的发展而用于信贷支出。政府财政动用结余，就意味着信贷资金来源的减少，如果银行的准备金不足，又不能及时通过适当的收缩信用规模来保证财政提款，就有可能导致信用膨胀和通货膨胀。因此，政府财政动用上年结余，必须协调好与银行的关系，搞好财政资金与信贷资金的平衡。

2. 增加税收

增加税收包括开增新税、扩大税基和提高税率。但它具有相当的局限性，并不是弥补财政赤字稳定可靠的方法。首先，由于税收法律的规定性，决定了不管采用哪一种方法增加税收，都必须经过一系列的法律程序，这使增加税收的时间成本增大，难解政府的燃眉之急。其次，由

于增加税收必定加重负担，减少纳税人的经济利益，所以纳税人对税收的增减变化是极为敏感的，这就使得政府依靠增税来弥补财政赤字的尝试往往受到很大的阻力，从而使增税议而不决。拉弗曲线表示增税是受到限制的，不可能无限地增加，否则将给国民经济造成严重的恶果。

3. 增发货币

增发货币是弥补财政赤字的一个方法，至今许多发展中国家仍采用这种方法。但是从长期来看，通货膨胀在很大程度上取决于货币的增长速度，货币的发行速度过快会引起通货膨胀，引发恶性后果。因此，用增发货币来弥补财政赤字只是一个权宜之计。

4. 发行公债

通过发行公债来弥补财政赤字是世界各国通行的做法。这是因为从债务人的角度来看，公债具有自愿性、有偿性和灵活性的特点，从债权人的角度来看，公债具有安全性、收益性和流动性的特点。因此，从某种程度上来说，发行公债无论是对政府还是对认购者都有好处，通过发行公债来弥补财政赤字也容易被社会公众接受。

趣味经济学小常识

隐性财政赤字是政府职能中隐含的，应由财政承担支出，并在财政收支中实际发生，而在财政收支账面上没有或无法显示出来的财政资金缺口。

为什么欧盟国家会支持欧元

第二次世界大战之后，欧盟为了提升欧洲国家政治和经济地位，决定实行统一货币——欧元。欧元的推出不仅使欧洲单一市场得以完善，欧元区国家间自由贸易也更加方便，成为欧盟一体化进程的重要组成部分。当然，欧元的推出，需要相应的财政政策做支撑。欧盟早在推出欧元之前，于1991年12月就通过了《欧洲经济和货币联盟条约》，要求加入欧元区的国家政府财政赤字不能超过GDP的3%，政府债务余额不能超过GDP的60%。2003年时任德国财政部副部长的麦考·威瑟到中国访问时曾表示：“这两个数字不是变魔术变出来的，也不能说有什么科学的演算方法，这两个数字是长期讨论的结果。”经过与有关国家的讨论和磋商，欧盟最后才决定采用3%和60%这两个财政趋同标准。

为什么欧盟国家要采用一定的财政政策以支持欧元？因为财政政策可以调节货币总需求。财政政策的明确含义是指国家根据一定时期政治、经济、社会发展的任务而规定的财政工作的指导原则，如增加政府支出，可以刺激总需求，从而增加国民收入，反之则压抑总需求，从而减少国民收入。

财政政策的手段主要有以下几种：

1. 国家预算

国家预算主要通过预算收支规模及平衡状态的确定、收支结构的安排和调整以实现财政政策目标。

2. 税收

税收主要通过税种、税率来确定和保证国家财政收入，调节社会经济的分配关系，以满足国家履行政治、经济职能的财力需要，促进经济稳定协调发展和社会的公平分配。

3. 财政投资

通过国家预算拨款和引导预算外资金的流向、流量，以实现巩固和壮大经济基础，调节产业结构的目的。

4. 财政补贴

财政补贴是国家根据经济发展规律的客观要求和一定时期的政策需要，通过财政转移的形式直接或间接地对农民、企业、职工和城镇居民实行财政补助，以达到经济稳定协调发展和社会安定的目的。

5. 财政信用

国家按照有偿原则，筹集和使用财政资金的一种再分配手段，包括在国内发行公债和专项债券，在国外发行政府债券，向外国政府或国际金融组织借款，以及对预算内资金实行周转有偿使用等形式。

6. 财政立法和执法

国家通过立法形式对财政政策予以法律认定，并对各种违反财政法规的行为（如违反税法的偷税、抗税行为等），诉诸司法机关按照法律条文的规定予以审理和制裁，以保证财政政策目标的实现。

7. 财政监察

财政监察是实现财政政策目标的重要行政手段。即国家通过财政部门对国有企业事业单位、国家机关团体及其工作人员执行财政政策和财政纪律的情况进行检查和监督。

不同时期采用不同的财政政策。根据经济建设的任务和世界经济环境的变化，在不同时期，我们国家也采取相应的财政政策。

例如：2004 年以来，我国经济开始走出通货紧缩的阴影，呈现出加速发展的态势，但是出现了部分行业和地区投资增长过快等问题，通胀

压力不断加大。在这种情况下，从2005年起积极的财政政策转向稳健的财政政策。又如：2008年金融危机以前，我国宏观调控的重要任务是促进经济平稳较快发展，防止经济增长由偏快转向过热，防止物价由结构性增长转变为明显的通货膨胀。同时，努力优化经济结构和提高经济增长质量。因此，我们的财政政策采取“有保有压”，实行稳健的财政政策，控制财政支出，从而促进经济协调健康发展。

为了应对国际金融危机，保持经济平稳较快发展，我国从2008年11月起对财政政策作出重大调整，实行积极的财政政策。

趣味经济学小常识

财政作为国家宏观调控的重要手段，根据财政政策对经济运行的不同影响，可分为“扩张性财政政策”和“紧缩性财政政策”。在经济衰退时期，通过发行国债，增加财政支出和减少税收，以刺激总需求增长，降低失业率，使经济尽快复苏，这称之为扩张性财政政策。

国家财政补贴政策

从2009年2月1日起，“家电下乡”在原来14个省市的基础上，开始向全国推广。产品也从过去的4个增到8个，除了之前推出的“彩电、冰箱、手机、洗衣机”之外，又新增了“摩托车、电脑、热水器和空调”，它们和彩电等产品同样享受国家13%的补贴。各个省市可以根据各地区不同的需求，在这4个产品中选择2个进行推广。可以这样说，

正是国家对消费者的补贴，从而使得人们觉得有利可图，促进了经济的循环，带动了经济的新一轮增长。

因为有了财政补贴，一些“国家级贫困县”就能每年分配到一些财政补贴，即使已经不再“贫困”，依然不愿摘去“贫困县”的帽子，原因就在于财政补贴的诱惑。

财政补贴总是与相对价格的变动联系在一起，它具有改变资源配置结构、供给结构、需求结构的作用。我们可以把财政补贴定义为一种影响相对价格结构，从而可以改变资源配置结构、供给结构和需求结构的政府无偿支出。

财政补贴是指用国家财政资金直接资助企业或居民的国民收入再分配形式。国家为了实现特定的政治经济目标，由财政安排专项基金向国有企业或劳动者个人提供的一种资助。中国现行的财政补贴主要包括价格补贴、企业亏损补贴等。补贴的对象是国有企业和居民等，补贴的范围涉及工业、农业、商业、交通运输业、建筑业、外贸等国民经济各部门和生产、流通、消费各环节及居民生活各方面。

从补贴的主体划分，财政补贴分为中央财政补贴和地方财政补贴：

1. 中央财政补贴

中央财政补贴列入中央财政预算。中央财政负责对中央所属国有企业由于政策原因发生的亏损予以补贴，同时对一部分主要农副产品和工业品的销售价格低于购价或成本价的部分予以补贴。

2. 地方财政补贴

地方财政补贴列入地方财政预算。地方财政负责对地方所属的国有企业由于政策原因而发生的亏损予以补贴，也对一部分农副产品销售价格低于购价的部分予以补贴。

财政补贴具有双重作用：

1. 财政补贴是国家调节国民经济和社会生活的重要杠杆。运用财政

补贴特别是价格补贴，能够保持市场销售价格的基本稳定，保证城乡居民的基本生活水平，有利于合理分配国民收入，有利于合理利用和开发资源。

2.补贴范围过广，项目过多也会扭曲比价关系，削弱价格作为经济杠杆的作用，妨碍正确核算成本和效益，掩盖企业的经营性亏损，不利于促使企业改善经营管理，如果补贴数额过大，超越国家财力所能，就会成为国家财政的沉重负担，影响经济建设规模，阻滞经济发展速度。

趣味经济学小常识

财政补贴是一种转移性支出，从政府角度看，支付是无偿的；从领取补贴者角度看，意味着实际收入的增加，经济状况较之前有所改善。

什么是增值税

四川新一康公司从事药品经营业务，具有医疗器械、药品及保健品的零售、批发和进出口经营权。从2005年至2006年，为了获取不法利益，该公司利用所取得的经营药品资质和增值税一般纳税人资格，在无真实货物交易的情况下，以“管理费”名义按照开票金额的4%~8%收取开票费，向多家单位虚开增值税专用发票，虚开税款500万余元，受票单位拿着这些发票向所在地的税务机关申报抵扣税款。

为他人虚开高额的增值税发票，不管买卖是否虚构，开出的票却是真实的，据此，新一康公司就应按开票额的17.5%缴纳税金。他们在无

真实货物交易的情况下，以支付面额 4% 开票费为条件，从别处为新一康公司虚开了上海、深圳、天津海关的海关票。新一康公司财务部门负责人堂而皇之地将上述取得的海关票向税务局申报抵扣了海关票的进项税款 3187 万余元。

为他人虚开增值税发票，向他人购买虚开海关票以抵扣税款，都是虚的，并无实际交易，然而就在这以虚对虚的一进一出中，新一康的“商机”就出现了。公司收开票费约 6%，支付进项票 4%，中间的差额就成为了公司的利润来源。

当然，这种行为最终受到了法律的严惩。要了解税务的有关情况，就必须首先了解增值税。因为增值税不仅是我国的第一大税种，更是和我们的生活息息相关。

增值税是对商品在劳务服务、生产、流通等许多环节中的商品的附加值或者新增价值征收的一种流转税。

商品征税必须是有增值的，没有增值不会征税，但是一件商品的附加值或者新增价值是在真实的生产和流通中产生的，是难以准确计算结果的。目前我国采取了国际上通行的税款抵扣。销项税额是由劳务的销售额或者商品按规定的税率计算，进项税额是劳务或者取得该商品时所需要支付的增值税款。应纳税额就是这两项税额的差额。这样的计算方法体现了按增值因素计税的原则。

假定税率为 14%，乙公司向甲公司购进 100 件货物，金额是 10000 元。这样的采购行为，国家是收增值税的。纳税人是甲公司，他会将这部分税款转嫁到乙公司身上。由此，乙公司实际上付货款为 $10000 + 10000 \times 14\% = 11400$ （元）。此时 1400 元的增值税由乙公司负担了，这就是所谓的增值税的价外征收。这 1400 元增值税对乙公司来说，就是“进项税”。这 1400 元增值税最终要上缴给国家。

随后乙公司开始加工。假设购进 100 件货物全部加工成新产品 150

件，再出售给丙公司，销售额为 15000 元，这时国家同样要收增值税。丙公司要向乙公司支付的货款为 $15000+15000\times 14\%=17100$ 元。这 2100 元对于乙公司来说，就是“销项税”。也是要上缴国家的。

但乙公司购进货物时已经支付过进项增值税款 1400 元，现在销售新产品还需缴销项增值税是 2100 元，此时的增值税款由乙公司上缴给国家的就不是 2100 元，而是 $2100-1400=700$ 元了。这时的 700 元是丙公司支付的，只是由乙公司交给国家。同理，丙公司再卖给丁公司，丁公司再卖给 E 公司……以此类推直到最后的消费者。在这个过程中所需要的增值税，最终都会转嫁到消费者身上。所以说，增值税也属于流转税。由此得出，增值税基本计算公式：应纳税额=销项税额-进项税额。

“增值税”是法国在 20 世纪 50 年代创立的，随后便成为国际上广泛流行的税种。我国在经过较长时间的试点后，于 1994 年开始推行新制，在生产、零售、批发各环节全面推行增值税。为何增值税会如此广泛地被世界各国采用呢？就是因为它有效地消除了重复征税。

在增值税实行以前，每经过一个生产流转环节的商品，都要按其销售收入全额征收一道流转税。这一做法与上面举的例子相比是不能扣除已征税款的。鉴于此，生产流转环节较少的商品税收负担就会比较轻；反之亦然。比方说一个厂家能够“一条龙”生产，那么当生产流转环节少时，税负必然会较轻；而从原料购买到部件再到最终产品，经过更多的生产流转，税负势必较重。重复性征税是违反市场公平原则的，对市场的经济活动造成冲击，并打击投资的积极性。增值税推行后，对于企业来说，关键好处就是能够抵扣商品在以前生产流转环节中所缴纳的税款，在诸多流转环节后，增值税由企业应负担的都是一定不变的，由此能够有效地实现税负公平，使自然资源和劳动力达到最佳配置，从而有利于企业进行公平竞争。

此外，增值税还利于生产经营结构的合理化，扩大国际贸易，有利

于国家稳定、及时地取得财政收入。

事实上任何事物都是有利有弊，增值税也是如此。增值税也会受到批评，这主要在于其累退性质。比如对任何收入阶层的人来说，粮食都是必需品。低收入者在日用品的购买中承担的增值税在其收入中所占的比例要比高收入者更大。现在仍以增值税率 14% 计算。一个每年收入 1 万元的低收入者，每年消费 7000 元，其中的 980 元都会用来交税；但是一个每年收入 10 万元的高收入者，每年消费 5 万元，需要缴纳 7000 元的增值税。那么，增值税所占个人收入比例，高收入者为 7%，低收入者为 9.8%，那么增值税所造成的经济压力，低收入者要比高收入者更大。显然，这种现象对于低收入者而言是不公平的。

趣味经济学小常识

增值税于 1954 年产生于法国，它是法国为适应经济发展和财政需要，对原来征收的营业税加以改进而演变而来的。原来法国的营业税制和世界各国传统的流转税制一样，是按照每个生产经营者的生产经营销售收入全额征税的。

PPI——生产者物价指数

PPI 是生产者物价指数的英文缩写，它是从生产者的角度来观察每个时期货物以及服务商品价格在水平变动过程中的一种物价指数，反映的是生产环节的价格水平，国家在制定相关的经济政策及进行国民经济

核算时，往往以此为依据。

一般来讲，PPI 走高，意思就是企业出厂价格提高，因此企业赢利直接增加；但是若下游价格传导不利或市场竞争激烈，PPI 的走高则意味着竞争性众多领域的企业面临重大的成本压力，这样则会影响企业赢利，使整个经济运行的稳定性受到考验。

自 2007 年 10 月开始，我国的 PPI 涨幅持续提高，2008 年 8 月，PPI 从 3.2%持续攀升到 10.1%，涨幅之高引起人们极大的关注。在全球需求急速扩张下，我国出现了 PPI 指数一直在攀高，其根本原因是由于资源类产品价格持续走高，而我国的情况是部分资源匮乏、但是内外需求旺盛，因此经济对于外部资源的依赖越来越大，从而导致国内 PPI 走高。

然而在 PPI 连创新高的同时，CPI 却是连续下降，从而形成了明显的“剪刀差”。通常来说，PPI 对 CPI 是有一定的传导作用的，PPI 在增高的同时会推动 CPI 增高。但是为什么会出现同常理背道而驰的现象呢？

1.从历史的角度来看，在物价上涨时期，PPI 和 CPI 出现峰值的时刻有所不同，CPI 峰值往往较 PPI 峰值早几个月。就拿我国 2004 年前后的物价上涨来说吧，2004 年 7 月，CPI 达到制高点 5.3%，而到了 10 月，PPI 才达到制高点 8.4%，其间相差 3 个月。到了 2008 年以后，由于多方面原因，以原油为代表的大宗国际商品价格冲高，从而带动我国的 PPI 涨幅明显提升，这样一来，使得两指标走势之差更为明显。

2.现阶段我国的 PPI 向 CPI 的传导其实并不顺畅。PPI 向 CPI 传导的上涨压力链条大致上有以下三种：PPI（采掘工业）——水电燃料——CPI；PPI（煤炭、成品油、电力）——农业生产资料—农产品——CPI；PPI（原料工业、加工工业）——工业消费品—CPI。下游产品市场供大于求，且国家同时在对中间产品实行价格管制，这就直接导致 PPI 向 CPI 的传导被弱化，从很大程度上来说，PPI 上涨对 CPI 的影响更多的是在心

理层面上。据有关专家估计，我国目前 PPI 上涨大概只有 10%左右是可传递到 CPI 中的。

3.PPI 和 CPI 两指标侧重点有所不同。PPI 涵盖各种工业制造业产品，CPI 则在食品和服务业所占比重较大。按照价格及权重波动性来看，对 PPI 影响更为显著的是石油价格变动，而 CPI 则受食品价格影响更突出。通常而言，衡量国家物价水平的最重要指标是 CPI，政府很少有动力去专门调控 PPI 以及其他价格指标。

不过，这种 PPI 和 CPI 背道而驰的局面不会长久，就中长期来看，PPI 和 CPI 之间的差距一定会有所缩小，并最终趋于同步。事实上，在大多数情况下，PPI 和 CPI 的走势方向是相同的。

一句话，整体经济运行的核心指标 PPI 和 CPI，对于资本市场和国民经济有着深远的影响。我们可以把整个国家经济看做一辆飞驰的列车，普通居民则是列车上的乘客，各类企业就是列车的零部件，国家经济政策运行就是要确保列车又快又稳地行驶。假如我们把 GDP 的增速看做是速度指标，那么 PPI 和 CPI 就是列车运行稳定程度的核心。当 PPI 不正常，那么列车的零部件则要承受过大的压力负荷；当 CPI 太高，乘客会感到列车过于颠簸很不舒服。这两种情况一旦发生，就都需要对宏观经济进行调整。

趣味经济学小常识

PPI 的走势在一定程度上表明了经济运行的健康程度，同时，还可以将其作为预判国家宏观经济政策变化的重要指标。

限价政策的作用

2007年，兰州市民发现，他们钟爱的大碗牛肉面竟一夜之间上涨0.5元。小碗牛肉面由原来的2.3元上涨到2.8元，大碗牛肉面由原来的2.5元上涨到3元。许多市民惊呼：吃不起牛肉面了！兰州物价部门在“掂量”了“牛大碗”的轻重厚实后首次限定：凡兰州市普通级牛肉面馆，大碗牛肉面售价不得超过2.5元，小碗与大碗差价为0.2元，违规者将严厉查处。

限制价格是指政府为了限制某些生活必需品的物价上涨而规定的这些商品的最高价格，一般来说，限制价格低于市场均衡价格。实际上，政府制定最高价格的原因一般是出于对公平的考虑。如在战争或饥荒时，政府会对生活必需品制定最高限价，使穷人能够负担得起，以利于社会稳定。

政府实行最高限价的目的是保持市场物价的基本稳定，保持人民生活的基本安定，并且体现国家的价格政策。但是，老百姓似乎并不买账。他们发现政府强行限价，即使牛肉面降了价，牛肉面的质量也会受到影响，市民很难吃到一碗真正的牛肉面，最后，损害的还是消费者的利益。

在牛肉面限价的问题上，政府可能是好心做了错事。作为一个消费者，他永远希望东西越便宜越好；作为一个生产者，他希望他的东西越贵越好。这都是市场的问题，政府不能因老百姓要求降低价格，你就强迫生产者降低价格，这两者之间要靠市场的力量来平衡，而不能只听消费者的。比如去吃面，所有人都希望面是便宜的，但是希望和事实之间

的利益分配关系是另外一回事。其实在牛肉面的价格高了以后，牛肉面馆多了，他们就会把牛肉面的价格竞争下来。

“牛肉面限价”作为一种最高限价，在经济学上，叫做价格天花板。在 20 世纪 90 年代中期，因为通货膨胀，不少地方政府对肉类、蔬菜产品等就制订过不少最高限价，其目的主要有两个：一是抑制物价上涨，二是平息老百姓对物价上涨的抱怨。如果牛肉面的分量、质量下降，政府就很有可能卷入本应该由市场来完成的活动中。显然，政府不喜欢商家“短斤缺两”、“粗制滥造”，可是，如果一定要将政策贯彻到底，就必须派出大量工商执法人员定期抽查，这样的结果无外乎有两个，要不指令被变相架空，要不付出极高的监督成本。

牛肉面限价只是一个很小的问题，不过小问题折射出大道理。就拿房屋来说，20 世纪七八十年代，一套二居室的房屋，几万块钱就能搞定。但现在今非昔比了，不要说几万块钱，几十万块钱在北京这样的中心城市也买不了一套房子。很多人只能望房兴叹，能贷款的人，也为每个月的月供压得喘不过气来。怎么办呢？这就需要政府出面来调节这一价位的波动——限制价格。

我们可以用住房的限制价格为例来说明限制价格的作用。

1. 限制价格导致住房供给严重不足

在计划经济体制下，决定住房供给的并不是价格，而是国家计划。所以，住房不足的基本原因不能完全归咎于租金的高低，但应该指出，除了计划失误外，房租过低也是原因之一。由于房租过低，甚至比住房的维修费用还少，这就造成住房部门资金严重不足，建房困难。

2. 产生黑市和寻租

在房租受到严格管制，住房严重短缺的情况下，就会产生黑市和寻租。在我国公有单位住房绝大多数是由各单位拥有的住房。在这种情况下，人们都想尽办法分到国家住房，这种想办法走门子，这种寻求活动

增加了住房的交易成本。黑市活动包括两方面：以极高的价格租用私人住房，以及个人把分配到的住房高价出租。除了寻求活动和黑市外，在租金受到严格限制，住房采取配给的情况下，必然产生寻租现象。这主要表现在，掌握分配住房权的人，利用权力接受贿赂。

解决住房问题的出路，一是住房市场化。一方面通过有偿转让使公有住房私有化；另一方面开放对房租限制，由住房市场的供求决定房租。二是创造住房市场化条件。我国实行住房市场化，但由于职工收入水平低，工资中实际不包括买房支出以及住房的分配不公平等因素，造成普通家庭的严重困难。因而我们必须创造条件，推动住房市场化。

根据上述实例，对于限制价格的利弊可以概括如下：限制价格有利于社会平等的实现，有利于社会的安定，但这种政策长期实行会引起严重的不利后果。第一，价格水平低不利于刺激生产，从而会使产品长期存在短缺现象；第二，价格水平低不利于抑制需求，从而会在资源短缺的同时又造成严重的浪费；第三，限制价格之下所实行的配给，会引起社会风尚败坏，产生寻求活动、黑市和寻租。

正因为以上原因，经济学家都反对长期采用限制价格政策，一般只在战争或自然灾害等特殊时期使用。

趣味经济学小常识

限价房是一种限价格限套型（面积）的商品房，主要解决中低收入家庭的住房困难，是目前限制高房价的一种临时性举措，并不是经济适用房。

第四章

金融经济学

为什么今天的 100 元会比明天的 100 元更值钱？为什么银行加息提前还房贷并不划算？为什么油价波动往往与热钱有关系？为什么美国会出现次贷危机？为什么冰岛会面临国家破产？为什么现代人坐在家里也能“逛街购物”？要了解这些现象背后的真正原因，我们必须学点金融学常识。

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

为什么金融危机来了要拉动内需

话说在宋朝，有个员外姓李，他非常有钱，住着豪华的别苑，很多人都羡慕李员外的生活。但事实上，李员外根本就不幸福。他虽拥有豪华的别苑，但他自己却只住在别苑后面的小柴房中。而别苑的其他房间全部没有窗户，只有一扇门。原来，这些没有窗子只有门的房间里放满了员外爷的财产。平常李员外的生活也是极尽节俭，为的是省钱。不仅是钱财，就是在吃穿用度上，李员外也都斤斤计较。

本镇的一些百姓都很奇怪，堂堂的一个员外爷，几乎一年到头从来不去市场上买东西，也几乎没为本镇的消费作过什么贡献。时间过得很快，李员外就这样走到了他生命的尽头。

李员外去世后，好心人找来了他远方的侄子继承他的财产。可当这位侄子打开李员外那些封闭的房间时发现，存在家里的粮食几乎全都不能吃了，不是发霉变质了，就是被老鼠抢先了，就连银票也都被老鼠当粮食吃了！

这个故事告诉我们这样一个金融原理：钱是用来流通的，如果你不用来流通，经过相当长的一段时间后，它会慢慢贬值。想想看，20年前的100元能买多少东西，而如今的100元你能买什么呢？

在此我们介绍一下“货币流通速度”这个金融学概念。货币流通速度是指单位货币在一定时期内的平均周转次数。如一元货币一个月内平均执行四次流通手段或支付手段的职能，就起到了4元货币的作用。货币流通速度越快，流通中所需要的货币量越少，反之则越多。

试想，如果社会中，人人都像李员外一样把钱囤积起来不花，这就意味着国家虽然印了 100 万的钞票，而一些企业也生产了 100 万的商品等着消费者来消费，但这时候，消费者都像李员外那样把钱囤在了家中，没有人消费，货币流通速度为零，长此以往，国家经济何谈发展呢？

可见，货币流通速度对经济能否有效扩张会产生一定的影响。要想实现一定规模的国内生产总值，就必须要有数量一定的货币和一定水平的货币流通速度。即使经济体的货币存量增加，如果货币流通速度下降，货币流通受阻，商品市场的交易水平会下降，整个经济规模也会下滑，实体经济增长将变缓。货币流通速度下降反映了一定量的货币供给实现国内生产总值的水平下降了，货币扩张对经济刺激的效果下降。所以，提升货币流通速度将会促进实体经济市场交易顺利完成，进而刺激国内经济的增长。

在金融危机的冲击下，恢复一国经济的发展在一定程度上也依赖于货币的流通速度。货币流通速度上升，将会促进投资和消费信心上升，尤其是民间投资和老百姓消费的提升。通过扩大消费和投资，尤其是消费的增加，提高货币流通速度，这样才能更有效地促进经济增长。

但是，货币流通速度越快对我们的经济就越有利吗？其实也不尽然！货币流通速度过快是造成通货膨胀的原因之一。货币在一个月內流通了四次，就起到了 4 元货币的作用。假设现在市场上的商品对应的货币量是 100 元，政府只印发了 50 元，货币流通速度为 2 次，这样商品和货币供需平衡。但现在货币流通速度过快了，一元的货币在一个月內流通了 5 次，那么，这一元的货币就承担了 5 元的职能，那么市场上总的货币量就是 500 元。可市场上根本就没有与 500 元相对应的商品，这种情况，必然导致物价上涨，引发通货膨胀。

趣味经济学小常识

货币流通速度在一定的度内可以促进经济的发展，在这仅限于一定的“度”；如果超过这个度，非但不会促进经济的发展，反而会对经济造成一定的负面影响。

货币的时间价值

货币的时间价值是指货币经历一定时间的投资和再投资后所增加的价值。换句话说，货币用于投资并经历一定时间后会增值，增值部分即为时间价值。这也说明今天的一元钱和一年后的一元钱的潜在经济价值是不相等的，这是因为如果把今天的一元钱用于投资，从社会的角度分析，投资将会有有一个收益，这个收益就是时间价值。

如果从投资者角度分析，投资就是将目前的消费推迟到将来，把这一块钱用于投资而不是用于消费。投资是要求报酬的，这个报酬就是时间价值。当然，我们也可以这样考虑，由于投资者消费时间向后推迟，货币的时间价值就可以理解为是对投资者牺牲当前消费的一种补偿。很显然，现在一元钱的价值要大于一年后一元钱的价值。

其实，货币的时间价值存在于我们生活中的每一个角落，但在利用货币时间价值的时候，我们需要注意以下几个问题：

- 1.货币时间价值是在没有风险和没有通货膨胀条件下的社会平均资金利润率，如果社会上存在风险和通货膨胀，还需将它们考虑进去。
- 2.不同时点单位货币的价值不等，不能简单地将不同时点的资金进

行直接比较，而应将它们换算到同一时点后再进行比较。

3.时间价值产生于生产领域和流通领域，消费领域不产生时间价值。因此，如果想利用时间价值为自己积累财富应将更多的资金或资源投入生产领域和流通领域而非消费领域。

4.时间价值产生于资金运动中，也就是说只有运动着的资金才能产生时间价值，凡处于停顿状态的资金不会产生时间价值，因此应尽量减少资金的停顿时间和数量，尽量让资金运转起来。

5.时间价值的大小取决于资金周转速度的快慢，时间价值与资金周转速度成正比，因此应采取各种有效措施加速资金周转，提高资金使用效率。

为什么理财专家会建议你必须妥善规划未来生活所需的资金呢？或许您可以说我不买房子，所以我不需要购屋资金；我不准备结婚，所以我不需要结婚资金；我不生小孩，所以我不需要子女教育资金……假设这些您都不需要，但是您一定需要一笔退休金。事实上现在许多年轻人可能从来没有想过退休的问题，大家都认为何必担心那么久以后的事。但是可曾想过如果事先未准备，一旦从工作岗位退下，以后的生活依靠在哪里？其实只要运用时间价值，让资金运转起来，并经过妥善的财务规划，从容享受退休后的悠闲生活并非难事。这就是理财专家建议的价值所在。

35岁的老高预计在自己55岁的时候退休，虽然说现在老高的工资挣得不少，但老高还是想在自己年老的时候能够存款1000万，这样自己和爱人老年以后的生活就会有很大的保障。怎么办呢？老高在理财方面很精明，他现在每月的工资为3万元。老高计算了一下，如果想要在55岁时达到银行存款1000万，那么自己每月要用在投资上的大概有2万元。老高35岁时预期55岁退休，目前有存款100万元，每月可作为投资的金额约2万元，如果以每年的复利10%来计算的话，20年以后，老

高的目标一定能够轻松实现。

利用货币的时间价值，个人可以实现财富的增长，尤其是年轻人，可以说正是财富积累的好时机，如果从现在开始投资，三十年后，经过时间的发酵，你在一元钱的资金价值早就大于30年后的一元钱的值了。

生活中，人人都会考虑到要使自己的资产保值或增值，这就使得人们采取各种各样的措施，通过各种不同的途径来达到货币保值、增值的目的，而货币的时间价值在这其中将会起到更为积极的作用。



趣味经济学小常识

货币的时间价值是一个奇妙的问题，研究货币的时间价值，合理引导、利用货币的时间价值，将有助于个人财富的积累。

银行加息提前还房贷不划算

2010年12月25日，中国人民银行宣布：从2010年12月26日起，上调金融机构人民币存贷款基准利率，其中金融机构一年期存贷款基准利率分别上调0.25个百分点。利率上调后，一年期存款基准利率将提升至2.75%；一年期贷款基准利率将提升至5.81%。其他各档次存贷款基准利率均相应调整。例如：2年期和3年期存款利率均上调0.3个百分点，5年期以上存款利率上调0.35个百分点。

这是2010年以来中国人民银行第二次提高利率，也是自中央宣布要

实施稳健货币政策以来的首次加息。权威人士认为，这次加息是中国人民银行基于对 2011 年一段时期可能加剧的通胀压力而作出的前瞻性应对。有人戏称，这是中国人民银行在圣诞节期间送给市场的“圣诞礼物”。

有人认为，尽管 2010 年 12 月份的我国物价水平有可能有所回落，但预计 2011 年一季度物价上涨压力会进一步增大，正是考虑到 2011 年的经济状况，中国人民银行作出了加息选择。这次加息之后，存款负利率状况会有一定缓解，有利于管理通胀预期。

在一系列政策的作用下，当前各地物价水平较 11 月份有所下调，但由于 2010 年上半年物价基数较低，因而 2011 年上半年物价仍将整体维持高位。“特别是近期各地房地产价格继续走高，更是加剧了市场通胀预期。中国人民银行此次加息，最大的出发点在于传递控制物价的决心，缓解居高不下的通胀预期。

也有人认为，此次央行加息也意在缓解负利率局面，向市场释放存款利率由负转正的信号。由于一年期以上存款利率上调幅度大于 0.25 个百分点，这在一定程度上也起到了稳定储户心态、缓解社会通胀预期的作用。

由此可见，利率调整与我们每一个人的生活都紧密相连，银行利率调整将影响到我们的生活。那么什么是利率呢？利率又称利息率。表示一定时期内利息量与本金的比率，通常用百分比表示，按年计算则称为年利率。其计算公式是利息率=利息量÷本金。利率是我们最容易忽视的一个因素，因为大多数老百姓都会以为利率和自己没有太多的关系。上升一点，下跌一点都不重要，所以平时很不关心。其实，利率是一个重要的金融学概念。

当前，世界各国频繁运用利率杠杆实施宏观调控，利率政策已成为各国中央银行调控货币供求，进而调控经济的主要手段。在萧条时期，

降低利息率，扩大货币供应，刺激经济发展；在膨胀时期，提高利息率，减少货币供应，抑制经济的恶性发展。利率政策在中央银行货币政策中的地位越来越重要。

在国家利率提高的时候，这就意味着一个经济的高峰期要过去了，下一个经济周期必然是低迷的时候，比如 1997 年通货膨胀，由于连续提高利率导致 1998 年的通货紧缩，再比如 2007 年的通货膨胀，由于连续提高利率，导致了 2008 年的经济危机。利率的变化对老百姓而言就是一个信号，可以根据这信号，进行消费或投资。利率降低的时候，日常生活用品的价格肯定也会低迷一段时间，利率上升的时候，物价也肯定会高涨一段时间，任何经济政策从执行到发挥效力，中间总有一个过程，而且在国家层面而言，不可能使利率忽高忽低，必然中间有一个过程，一开始提高一点，接着再提高一点，或者是一开始降低一点，接着再降低一点。但大的趋势是一直降低下去或提高上去的，所以完全可以依据这个趋势和过程，来判断股市、房市，以及其他产品的投资和消费的情况。

利率可以从不同的角度来划分和分类。按计算利率的期限单位可分为年利率、月利率与日利率；按利率的地位可分为基准利率与一般利率；按利率的决定方式可分为官方利率、公定利率与市场利率；按借贷期内利率是否浮动可分为固定利率与浮动利率；按信用行为的期限长短可分为长期利率和短期利率；按利率的真实水平可分为名义利率与实际利率；按借贷主体不同可分为中央银行利率、商业银行利率、非银行利率；按是否具备优惠性质可分为一般利率和优惠利率。

从分类上看各种利率似乎没有联系，但是它们之间是相互交叉的。例如，你存了一笔钱，期限是 3 年，利率为 4.9%，这一利率既是年利率，又是固定利率、长期利率与名义利率。各种利率及其内部之间都有着相应的联系，所有利率共同构成一个有机整体，从而形成一个国家的

利率体系。

利率是社会生活中非常重要的一个因素，一个好的商人对利率非常敏感，利率是经济运行的预报，对自己的消费和理财有着至关重要的影响，因为利率除了对国家的经济走势有影响外，而且还可以根据利率来判断汇率、基金、股票、黄金、房产等行业的情况，而这些行业的情况又可以间接影响到其他工业品和消费品行业，比如利率提升，股票价格下跌，房产资金链紧张，急于回笼资金，降价销售，由于房产行业收租迫切，其他企业也急需回笼资金，投资在股市上的钱也要撤回填补到企业生产上，商品就会降价。

只要利率存在，就可以根据它来分析很多事情。所以，关注利率变化是我们必须要做的。比如，利率提高影响最大的将是那些贷款买房的房奴。

比如你贷款 100 万买了一套房子，还款期限是期限 20 年，我们先以等额本息还款来计算，看看银行提高利率对你有什么影响。

加息前，5 年期以上贷款利率为 5.94%，两次加息后利率为 6.40%。如果享受七折利率优惠，那么加息后每月还款额比加息前增加 172.32 元；如果按八五折优惠利率计算，那么加息后每月还款额比加息前增加 218.37 元。

并不是所有的借款人都适合提前还贷，对于那些收入稳定但缺乏投资渠道，只是将资金存放在银行的买房人来说，手上有闲钱可选择提前还贷。但在当前“负利率”的情况下，如果有较好的抗通胀理财产品或其他投资渠道，提前还贷并不是最佳选择！

同样，对于那些还款已近中期的贷款人来说，提前还贷也没有什么好处。以等额本息还款为例，每月还款总额固定，但借款人前期还的利息比重较大，本金比重较小。到了还款中期，借款人已经偿还了大部分利息，提前还贷就没有什么价值了。

趣味经济学小常识

负利率是指通货膨胀率高过银行存款利率。这种情形下，如果你只把钱存在银行里，会发现财富不但没有增加，反而随着物价的上涨缩水了。这就是所谓的存款实际收益为“负”的负利率现象。

为什么墨西哥人总能喝到免费啤酒

有一个单身汉在墨西哥一边的小镇上，他付了1比索买了一杯啤酒，啤酒的价格是0.1比索，找回0.9比索。转而他来到美国一边的小镇上，发现美元和比索的汇率是1:0.9。他用剩下的0.9比索换了1美元，用0.1美元买了一杯啤酒，找回0.9美元。回到墨西哥的小镇上，他发现比索和美元的汇率是1:0.9。于是，他把0.9美元换为1比索，又买啤酒喝。这样在两个小镇上喝来喝去，总还是有1美元或1比索。换言之，他一直在喝免费啤酒，这可真是个快乐的单身汉。

这个快乐的单身汉为什么能喝到免费的啤酒呢？这跟汇率有关系，在美国，美元与比索的汇率是1:0.9，但在墨西哥，美元和比索的汇率约为1:1.1。那么什么才是汇率呢？汇率是一国货币兑换另一国货币的比率。由于世界各国货币的名称不同，币值不一，所以一国货币对其他国家的货币要规定一个兑换率，即汇率。

汇率是两种不同货币之间的比价，因此汇率多少，必须先要确定用哪个国家的货币作为标准。由于确定的标准不同，于是便产生了几种不同的外汇汇率标价方法。

1.直接标价法

直接标价法是以一定单位的外国货币为标准来计算应付出多少单位本国货币。就相当于计算购买一定单位外币所应付多少本币，所以就叫应付标价法。在国际外汇市场上，包括中国在内的世界上绝大多数国家目前都采用直接标价法。如日元兑美元汇率为 119.65，即 1 美元兑 119.05 日元。在直接标价法下，若一定单位的外币折合的本币数额多于前期，则说明外币币值上升或本币币值下跌，叫做外汇汇率上升。反之，如果要用比原来较少的本币即能兑换到同一数额的外币，这说明外币币值下跌或本币币值上升，叫做外汇汇率下跌，即外币的价值与汇率的涨跌成正比。

2.间接标价法

间接标价法又称应收标价法。它是以一定单位的本国货币为标准，来计算应收若干单位的外国货币。在国际外汇市场上，欧元、英镑、澳元等均为间接标价法。如欧元兑美元汇率为 0.9705，即 1 欧元兑 0.9705 美元。在间接标价法中，本国货币的数额保持不变，外国货币的数额随着本国货币币值的变化而变化。如果一定数额的本币能兑换的外币数额比前期少，这表明外币币值上升，本币币值下降，即外汇汇率下跌。反之，如果一定数额的本币能兑换的外币数额比前期多，则说明外币币值下降、本币币值上升，即外汇汇率上升，即外汇的价值和汇率的升降成反比。因此，间接标价法与直接标价法相反。

由于直接标价法和间接标价法所表示的汇率涨跌的含义正好相反，所以在引用某种货币的汇率和说明其汇率高低涨跌时，必须明确采用哪种标价方法，以免混淆。

随着经济全球化的发展，世界各国之间的经济往来越来越紧密，而汇率作为各国之间联系的重要桥梁，发挥着重要作用。

1.汇率与进出口

一般来说，本币汇率下降，即本币对外的币值贬低，能起到促进出

口、抑制进口的作用。若本币汇率上升，即本币对外币的比值上升，则有利于进口，不利于出口。

汇率是国际贸易中最重要的调节杠杆。因为一个国家生产的商品都是按本国货币来计算成本的，要拿到国际市场上竞争，其商品成本一定会与汇率相关。汇率的高低也就直接影响该商品在国际市场上的成本和价格，直接影响商品的国际竞争力。

2. 汇率与物价

从进口消费品和原材料来看，汇率的下降要引起进口商品在国内的价格上涨。至于它对物价总指数影响的程度则取决于进口商品和原材料在国民生产总值中所占的比重。反之，本币升值，其他条件不变，进口品的价格有可能降低，从而可以起抑制物价总水平的作用。

3. 汇率与资本流动

短期资本流动常常受到汇率的较大影响。当存在本币对外贬值的趋势下，本国投资者和外国投资者就不愿意持有以本币计值的各种金融资产，并会将其转兑成外汇，发生资本外流现象。同时，由于纷纷转兑外汇，加剧外汇供求紧张，会促使本币汇率进一步下跌。反之，当存在本币对外升值的趋势下，本国投资者和外国投资者就力求持有以本币计值的各种金融资产，并引发资本内流。同时，由于外汇纷纷转兑本币，外汇供过于求，会促使本币汇率进一步上升。

趣味经济学小常识

各国货币之所以可以进行对比，能够形成相互之间的比价关系，原因在于它们都代表着一定的价值量，这是汇率的决定基础。在金本位制度下，黄金为本位货币。两个实行金本位制度的国家的货币单位可以根

据它们各自的含金量多少来确定它们之间的比价，这就是汇率。

为什么一两黄金买不到一斤大米

从前有两个岛，甲岛和乙岛。甲岛居民每日辛勤劳动，生产了大量粮食，因此农业非常发达；乙岛盛产黄金珠宝，居民每年都能收获大量的黄金珠宝。因为甲岛居民相信黄金珠宝价值要比粮食价值高，所以把每年生产的粮食只留下一部分够自己食用的，其余的粮食都用来和乙岛换取黄金珠宝，从不储存粮食备用。而乙岛居民则正相反，他们喜欢把换来的粮食储存起来。一段时间之后，乙岛居民发现黄金珠宝携带不方便，重量太大，于是就印刷了一种纸制货币，并规定每一元货币与某重量的黄金是等价的，于是甲岛居民改用粮食换取乙岛发行的货币储存起来。

后来，由于乙岛发行太多货币，可是手里没有等量的黄金珠宝能够兑换，乙岛只好宣布发行的货币与黄金不能按原定价格兑换，黄金价格会有浮动变化。可是甲岛居民仍然不断用自己辛勤生产的粮食换取乙岛的货币，于是手里的货币越来越多，甲岛居民共积累 100 万亿元的乙岛货币，这些资金在以前可以买下乙岛居民所有的财产，可是现在正值乙岛货币大幅贬值时期，现在的 100 万亿元最多能买下乙岛居民所有财产的万分之一。

突然有一年，两个岛同时发生自然灾害，甲岛上的粮食颗粒无收，而乙岛上储存的粮食在满足自己温饱以外，只有少部分剩余可供出售。甲岛居民这时才后悔没有多储存粮食。

从这则寓言故事中，我们可以看到外汇储备的缩影，历史上的确曾经发生过一两黄金买不到一斤大米的情况。

国际基金组织对外汇储备所下的定义是：“外汇是货币行政当局（中央银行、货币管理机构、外汇平准基金及财政部）以银行存款、财政部库存、长短期政府证券等形式所保有的、在国际收支逆差时可以使用的债权。”但是并非所有国家的货币都能充当国际外汇储备资产，只有那些在国际货币体系中占有重要地位且能自由兑换其他储备资产的货币才能充当国际外汇储备资产。我国和世界其他国家在对外贸易结算中经常使用的外汇储备是美元、欧元、日元、英镑等。

外汇储备是显示一个国家经济、货币和国际收支实力的重要指标。外汇储备有两方面的含意。从狭义上讲，外汇储备指一个国家的外汇积累，是以外币表示的，可以直接用于国际贸易结算或债权债务关系清偿的一种支付方式。其前提条件是：一、须以外币表示；二、可直接用于国际账务结算。

从广义上讲，外汇储备是指以外汇计价的资产，外汇储备包括现钞、黄金、国外有价证券等。外汇储备对平衡国际收支、稳定汇率有重要的作用。当国际收支出现逆差时，动用外汇储备可以促进国际收支的平衡；同时，当汇率出现波动时，国家也可以利用外汇储备干预汇率，使之趋于稳定。因此，外汇储备是实现经济均衡稳定的一个必不可少的手段。

为了应付国际支付的需要，各国的中央银行及政府机构都要持有一定数额的外汇储备。外汇储备的功能主要包括以下4个方面：

1. 调节国际收支，保证对外支付

以我国为例，我国采用的是强制结汇制度，也就是说，企业进出口的外汇都要受到外管局的管理约束。在国际贸易中，美元作为各国最主要的外汇储备，也是主要的交易工具，所以一国必须保证足够的外汇储备，才能保证对国外的支付。

2. 干预外汇市场，稳定本币汇率

在外汇市场上，汇率稳定有利于本国的经济发展，为了保持稳定，国家可通过手中持有的外汇储备，对外汇市场进行干预。如我国的人民币正面临巨大的升值压力，从供求角度分析就是因为人民币需求过盛，这时央行就有必要买进美元，抛出人民币来平衡需求，恢复与美元的汇率平衡，这时外汇储备的作用就显现出来了。

3. 维护国际信誉，提高对外融资能力

一个国家的偿债能力体现在这个国家的经济实力上，经济发展是基础。而外汇储备是国际公认的最直接地体现偿债能力的指标。

4. 增强综合国力和抵抗风险的能力

外汇储备代表着一个国家的资产，我国外汇储备近几年迅猛增长，1997年亚洲金融危机期间，各国纷纷宣布货币贬值，而我国承诺人民币不贬值，这是以雄厚的外汇储备为基础的。

一定的外汇储备是一国进行经济调节、实现内外平衡的重要手段，那么是不是外汇储备越多越好呢？当然不是！

我国的外汇储备主要以美元为主，而现阶段美元汇率一直处在不断变化之中，外汇储备资产极易遭受汇率风险而导致无形的账面损失。因此，外汇储备并非多多益善，其原因主要有两个：

1. 我国外汇储备全球第一，2007年1月是1.1万亿美元，4月是1.75万亿美元，呈不断上涨趋势。这么多的外汇储备会对人民币产生什么影响呢？按照经济活动流通量的规则，外汇流入时我国就要发行相应数量的人民币，所以外汇储备越多，要新增发的人民币数量越多，从而更容易引起通货膨胀。

2. 因为汇率的不断变化，规模庞大的外汇储备每天都在缩水，这对我们国家是巨大的损失，更是全体国民财富的巨大损失。例如，近年来美元通货膨胀率是8%，而许多国家主要使用美元外汇购买美国国债，其

利率约 5%，平均计算每年损失 3%，而实际损失会远超于此。美元不断贬值，我国政府手中的外汇储备便会跟着不断缩水，等于在自动向美国财政部捐款。

趣味经济学小常识

外汇储备又叫外汇存底，是指一国货币当局所持有的、可以随时兑换外国货币的资产，是外汇资产的总称。

现代人融资越来越便捷

提到金融学，我们不得不提一个重要的金融基本概念——金融市场。金融市场是指资金供应者和资金需求者双方通过信用工具进行交易而融通资金的市场，从广义上说，是实现货币借贷和资金融通、办理各种票据和有价证券交易活动的市场。

金融市场又叫为资金市场，包括货币市场和资本市场，是资金融通的市场。在金融市场上交易的是各种金融工具，如股票、债券等。

金融市场对经济活动的各个方面都有着直接而深刻的影响，如个人财富、企业的经营、经济运行的效率等都直接取决于金融市场的活动。

下面我们着重介绍一下货币市场和资本市场这两个金融概念。

1. 货币市场

货币市场指期限在一年以内的短期债务工具市场，所交易的金融工具包括银行承兑汇票、商业票据、回购协议、可转让存款证以及国库券

等。货币市场工具一般来说是相当安全的资产，适合作为短期闲置资金的投资标的。

货币市场主要解决市场主体的短期性、临时性资金需求，所使用的金融工具主要有同业拆借协议、存单、票据、短期国债等，相应地，货币市场可分为同业拆借市场、票据市场、可转让大额定期存单市场和短期债券市场。货币市场中各金融工具的共同特点是期限短、流通性强、交易成本低和风险低。

2. 资本市场

资本市场又叫长期金融市场或长期资金市场，资本市场是期限在一年以上的各种资金借贷和证券交易的场所。资本市场上的交易对象是一年以上的长期证券。因为在长期金融活动中，涉及的资金期限长、风险大，具有长期较稳定收入，类似于资本投入，故称之为资本市场。

资本市场上资本出让的合同期一般在一年以上，这是资本市场与短期的货币市场和衍生市场的区别。资本市场可以分为一级市场和二级市场。假如一个市场符合证券交易所的要求，则这个市场是一个有组织的资本市场。一般来说通过时间和地点的集中这样有组织的市场可以提高市场流通性、降低交易成本，以此提高资本市场的效应。

与货币市场相比，资本市场主要有以下特点：

(1) 融资期限长。至少在1年以上，也可以长达几十年，甚至无到期日。

(2) 流动性相对较差。在资本市场上筹集到的资金多用于解决中长期融资需求，故流动性和变现性相对较弱。

(3) 风险大而收益较高。由于融资期限较长，因此发生重大变故的可能性也大，市场价格容易波动，投资者需承受较大风险。同时，作为对风险的报酬，其收益也较高。在资本市场上，资金供应者主要是储蓄银行、保险公司、信托投资公司及各种基金和个人投资者；而资金需求

方主要是企业、社会团体、政府机构等。其交易对象主要是中长期信用工具，如股票、债券等。资本市场主要包括中长期信贷市场与证券市场。

我国具有典型代表意义的资本市场包括四部分：

(1) 国债市场。这里所说的国债市场是指期限在一年以上、以国家信用为保证的国库券、国家重点建设债券、财政债券、基本建设债券、保值公债、特种国债的发行与交易市场。

(2) 股票市场，包括股票的发行市场和股票的交易市场。

(3) 企业中长期债券市场。

(4) 中长期放款市场，该市场的资金供应者主要是不动产银行、动产银行；其资金投向主要是工商企业固定资产更新、扩建和新建；资金借贷一般都需要以固定资产、土地、建筑物等作为担保品。

趣味经济学小常识

资金融通是指在经济运行过程中，资金供求双方运用各种金融工具调节资金盈余的活动，是所有金融交易活动的总称。

商业银行的主要职能

1694年，英国英格兰银行的建立，标志着西方现代银行制度的建立。银行是经营货币的企业，它的存在方便了社会资金的筹措与融通，它是金融机构里面非常重要的一员。在此，我们以商业银行为例，介绍一下商业银行的主要职能。

商业银行是指以经营工商业存、放款为主要业务，并以利润为主要经营目标的企业法人。我国的商业银行主要有中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行、交通银行。商业银行的职能是由它的性质所决定的，商业银行的四个基本职能：

1.信用中介职能

信用中介是商业银行最基本、最能反映其经营活动特征的职能。这一职能的实质，是通过银行的负债业务，把社会上的各种闲散货币集中到银行里来，再通过资产业务，把它投向各经济部门。商业银行是作为货币资本的贷出者与借入者的中介人或代表，以实现资本的融通，并从吸收资金的成本与发放贷款利息收入、投资收益的差额中，获取利益收入，形成银行利润。商业银行通过信用中介的职能实现资本盈余和短缺之间的融通，并不改变货币资本的所有权，改变的只是货币资本的使用权。

2.支付中介职能

银行除了作为信用中介，融通货币资本以外，还具有货币经营业的职能。通过存款在账户上的转移，代理客户支付，在存款的基础上为客户兑付现款等，成为工商企业、团体和个人的货币保管者、出纳者和支付代理人。

3.信用创造职能

商业银行在信用中介职能和支付中介职能的基础上，产生了信用创造职能。商业银行通过信贷活动创造和收缩活期存款，而活期存款是构成货币供给量的主要部分，因此，商业银行就可以把自己的负债作为货币流通，具有了信用创造职能。

4.金融服务职能

随着经济的发展，工商企业的业务经营环境日益复杂化，许多原来属于企业自身的货币业务转交给银行代为办理，如发放工资、代理支付

其他费用等；个人消费也由原来的单纯钱物交易发展为转账结算。现代化的社会生活从多方面给商业银行提出了金融服务的要求。

5. 调节经济职能

银行通过其信用中介活动，调剂社会各部门的资金短缺，同时在央行货币政策和国家宏观政策的指引下，实现经济结构、消费比例投资、产业结构等方面的调整。此外，商业银行通过在国际市场上的融资活动还可以调节本国的国际收支状况。

趣味经济学小常识

“银行”一词，源于意大利 Banca，其原意是“长凳、椅子”，是最早的市场上货币兑换商的营业用具。英语转化为 Bank，意为存钱的柜子。在我国，之所以有“银行”之称，则与我国经济发展的历史相关。在我国历史上，白银一直是主要的货币材料之一。“银”往往代表的就是货币，而“行”则是对大商业机构的称谓，把办理与银钱有关的大金融机构称为银行。

兴风作浪的热钱

热钱又叫投机性短期资本，指为追求最高报酬及最低风险而在国际金融市场上迅速流动的短期投机性资金。它的最大特点就是短期、套利和投机。国际间短期资金的投机性移动是为了逃避政治风险，追求汇率变动、重要商品价格变动或国际有价证券价格变动的利益。

热钱在市场活动中无处不在：石油、股市、楼市、粮市……任何大宗商品价格的涨跌都与热钱脱不了干系。热钱是市场中一只看不见的手，而这只手的力量是巨大的，2008年油价的大起大落，全球股市的巨大动荡都与这只市场中的“黑手”有着密切的关系。

2009年以来，包括“金砖四国”在内的新兴市场股票出现大幅上涨。俄罗斯莫斯科时报指数自年初以来累计涨幅高达135%，在彭博社跟踪监测的全球89个股票市场中涨幅第一。从3月到10月，200多亿美元外资涌入巴西股市，将圣保罗股市的博维斯帕指数推高至67239点，比年初上升了79%。而印度和中国股市累计涨幅也均超过了75%。而与之形成鲜明对比的是，覆盖20多个发达市场的MSCI世界指数自年初以来仅涨了约25%，美股涨幅不到14%。

热钱的流入将造成一国资本项目顺差、外汇储备激增、本币大幅升值、流动性过剩以及资产市场行情火爆，而热钱流出则造成一国资本外逃（资本项目逆差）、外汇储备骤降、本币大幅贬值、流动性紧缩以及资产价格泡沫破灭等大难题。最令人不安的是热钱流动方向的突然逆转，通常会成为新兴市场国家金融危机的导火索。

2009年11月18日央行发布的数据显示，截至10月末我国外汇占款达18.766万亿元，月度新增2286亿元，增量较9月下降超过四成。不过，这一增量仍属较高水平。此外，10月份我国FDI增量达71亿美元，贸易顺差达240亿美元，超过9月份近一倍。

美元贬值和中国经济复苏带来的逐利冲动，正催促国际热钱潮涌中国。在适度宽松的货币政策和贸易便利化的外汇政策下，押注人民币升值预期的热钱不断翻新资本流入方式，加剧境内流动性过剩，推高资产价格。

自从2005年7月21日中央银行宣布1美元兑8.27元人民币汇率调整为1美元兑8.11元人民币那一刻起，人民币升值的步伐便不可阻挡。

因为大量的国际资本看好中国，它们以各种形式涌向中国，将外币换成人民币。当然，他们的目的只有一个，就是为了赚钱，他们赚钱的方式有以下几种：

1.等人民币汇率升到一定程度，比如 15%，就将换来的人民币换回美元，手上就比当初多了 15%的美元，这就是套汇。

2.换成人民币后存进中国的银行里吃利息，只要中国提高利率，就能赚钱，这是套利。

3.购买人民币资产。热钱不是用来建厂，而是用来买股票、买房子，他们要搭上中国经济成长的快车。

自 2005 年以来，随着人民币的升值及升值预期，过多热钱进入中国会加大市场的流动性，造成流动性过剩，而货币供给越多，中国面临的通胀压力就越大。此外，热钱还加大了人民币升值压力。而投机资金进入股市、楼市后，容易制造泡沫。而热钱还会给股市造成严重伤害。总的来说，预防热钱危机要做好以下几方面的工作：

1.加强外汇监测体系，及早察觉外汇在本国的异常流动。

2.注意政策、制度的可逆性设计，一旦热钱大量外流时，政策制度可以进行相应的应对和补救。

3.保持理性政策，防止经济大起大落。保持经济的平衡增长而不是追求过度的繁荣，始终是稳定国家货币和金融体系的根本。

我们不妨以越南为例，在经历热钱危机后，在金融开放进程上不再过于求大求快，而是通过制度化对资金进行约束，引导它为优化经济结构服务。央行不仅缩减了货币供应量，还对贷款采取了更加严格的措施。此外，越南还计划对外国资本占有股份上限加以规定，据悉，目前越南的上市公司外国资本只允许最多占有 49%。

2008 年 5 月，东南亚国家联盟 10 国以及中国、日本和韩国 3 国计划出资至少 800 亿美元建立共同外汇储备基金，以帮助参与国抵御可能

发生的金融危机，维护地区金融稳定，这无疑是构筑了一道强大的堤坝，以遏制“热钱”再度兴风作浪。

趣味经济学小常识

针对入境“热钱”，中国可采取总量对冲的措施。也就是说，短期投机性资金如果流入，通过这一措施把它放进“池子”里，而不会任之泛滥到整个中国实体经济中去。等它需撤退时，将其从“池子”里放出，让它走。这样可以在很大程度上减少资本异常流动对中国经济的冲击。

为什么美国会发生次贷危机

从2007年开始，“次贷危机”这个名词就频繁出现在各大媒体上。次贷危机让美国陷入了经济危机，在经济全球化的今天，美国经济的变脸牵一发而动全局，也让全球很多国家领教了次贷危机的厉害。

次贷危机的全称为次级房贷危机，它是指发生在美国，因为次级抵押贷款机构破产而导致的投资基金被迫关闭，股市震荡反常的危机。次贷危机造成了全球金融市场流动性不足，美国、欧盟、日本等主要金融市场都深受其影响。

2000年，美国经济不景气，为拉动经济增长，布什政府采取了扩张性的财政政策，其中就包括降低利率再配合减税两大措施，鼓励购房，从而为房地产市场带来了一波持续上扬。2000年至2006年，美国的房价上涨了80%，成为美国历史之最。与之相应的，房地产抵押贷款业务

也随之蓬勃发展。

在美国，贷款是非常平常的事情，无论是房子还是汽车，信用卡还是电话账单，贷款无处不在。房价的持续走高使得放贷机构和借款人相信，即使出现还贷困难，借款人只需将房屋出售或抵押再融资即可。于是为在激烈竞争中扩大市场份额，获得超额利润，许多贷款机构放低了针对所有借款者的信用门槛。许多次级贷款公司针对次级信用贷款人推出了“零首付”、“零文件”的贷款方式，不查收入、不查资产，贷款人可以在没有资金的情况下购房，仅需声明其收入情况，而无须提供任何有关偿还能力的证明。一些放贷公司甚至编造虚假信息使不合格借贷人的借贷申请获得通过。在这种情况下，本来不可能借到钱或者借不到那么多钱的“边缘贷款者”，也被吸收进来。正是这种盲目追求利润的行为，种下了危机的种子。

美国的金融业非常发达，而且金融衍生品层出不穷。与房地产市场发展并行的，就是资产证券化，任何公司或企业都可以将暂时还不清的债务转化为证券卖给投资者。于是，次级贷款的房贷机构将手中几千亿美元的次级贷款债权转化为证券，再卖给全世界的投资者，把风险转移到市场。在次贷产品刚开始推向市场的时候，华尔街的那些投行赚得盆满钵满。为了追逐利润，次贷产品遍地开花，并多次衍生，结果产品过剩，风险开始无限放大。而次级贷款机构为了不让银行看出此中的高风险，花钱供养信用评定机构，轻松地拿到了高等级的信用评级，使银行失去了对风险的敏感性。最终，使得次贷危机不断膨胀蔓延，潜伏在繁荣的经济之下。

自2006年起，美国利率上升，楼市开始掉头向下，房价开始下跌。利息上升，导致还款压力增大，很多本来信用不好的用户感觉还款压力大，就出现了违约现象，而购房者无力偿还时，银行把房屋出售，但却发现得到的资金不能弥补以前的贷款和利息，甚至都无法弥补贷款额本

身，这样银行就会在这个贷款上出现亏损。一个两个贷款者出现这样的问题还好办，但由于分期付款的利息上升，加上这些贷款者本身就是次级信用贷款者，这样就产生了大量无法还贷的贷款者。这导致了贷款银行的巨额亏损，投资银行也无法幸免，花旗、美林、瑞银、摩根斯坦利等著名投资银行也爆出巨亏。这就是美国的次贷危机。

这场史无前例的劫难爆发之后，各个国家的中央银行多次向金融市场注入巨额资金，也无法阻止这场金融危机的爆发。直到2008年，这场金融危机开始失控，并导致很多大型金融机构倒闭或被政府接管。

在这次席卷了全球的金融危机中，一些金融机构和银行为一己之私，利用房贷证券化可将风险转移到投资者身上的机会，有意无意地降低贷款信用门槛，导致银行、金融和投资市场的系统风险增大。美国历史上标准的房贷首付额度是20%，但在过去的几年中，美国住房贷款首付一度降到了零，甚至还出现了负首付，而所谓的房贷专业评估，在有些金融机构那里，竟成了摆设。

归根结底，正是因为人性的贪婪、欺诈和无知，才导致了这场史无前例的金融危机！

趣味经济学小常识

次级抵押贷款是一个高风险、高收益的行业，指一些贷款机构向信用程度较差和收入不高的借款人提供的贷款。与传统意义上标准抵押贷款的区别在于，次级抵押贷款对贷款者信用记录和还款能力要求不高，贷款利率相应地比一般抵押贷款高很多。那些因信用记录不良或偿还能力较弱而被银行拒绝提供优质抵押贷款的人，会申请次级抵押贷款购买住房。

为什么冰岛会破产

在日常生活中，我们会经常听到哪个公司或企业破产了，倒闭了，可从来没有听说过哪个国家会破产。但这种现象现在却真实地出现了，冰岛由于金融危机的冲击，严重地资不抵债，濒临破产的边缘。

2008年10月6日，冰岛总理哈尔德通过电视讲话，对全体国民发出警报：“同胞们，这是一个真真切切的危险。在最糟的情况下，冰岛的国民经济将和银行一同卷进漩涡，结果会是国家的破产。”此时，他面对的冰岛不再是这个世界最美丽干净、金融高度发达的天堂，而是一个外债超过1383亿美元、本国货币大幅贬值的黑色地狱，昔日在全世界过得最幸福的冰岛人生活在国家破产、朝不保夕的恐惧中。

只有32万人口的冰岛，过去仅靠渔业支撑，但是在20世纪90年代，全世界进入一个连续10余年高速增长黄金年代。冰岛的银行体系此时迅速萌芽并以疯狂的速度扩张。它们在全球各地成立分行，发放了大量的贷款，银行因此成为冰岛经济的最强支柱。到2008年6月30日，冰岛三大银行的资产规模总计达到14.4万亿克朗，约合1280亿美元。与之相比，2007年冰岛的国内生产总值仅为1.3万亿克朗。

银行资产的大量累积，让冰岛人尝到了甜头，这个小国人均GDP占到世界第四，美丽洁净的环境、优厚的福利政策让这里成为世人向往的人间天堂。但是当金融危机袭来时，这个国家才发现原来自己只是一个“裸泳者”。冰岛总理哈尔德承认，由于冰岛银行产业几乎完全暴露在全球金融业震荡波中，冰岛面临“国家破产”。

随着美国金融危机的加剧，加入将要破产困境的国家越来越多。全球信用评级机构标准普尔发布评级报告，面临“国家破产”边缘的国家还有一长串。

当然，国家破产的概念不是特别严格，从理论上说，一个经济单位，小到家庭，大到国家，如果资不抵债就是陷入了破产的境地。但是国家和其他单位不同，国家手上第一有苛税权，第二有发钞票的权力，第三有举债权，有这三权在就使得他不可能实际地破产。但是在西方国家这样一个已经破产的事实，可能会导致政府更迭，但是国家破产不太可能。应该这样来看，这里用国家破产这个词说当前的事，表明了问题的严重性。

面对一个个国家纷纷陷入破产危机，如何拯救它们，也同样成为迫在眉睫的任务。早在 2000 年，国际货币基金组织的第一执行总裁克鲁格尔女士曾提出过一个解决机制，将 IMF 的地位放在了国家破产解决程序的核心地位，但是很明显，这一方案遭到了所有国家的反对。两年后，IMF 再次提出一个改进后的方案，该条款从法律上允许债权人中的一个“绝大多数集体”可以进行债务重组，同时该重组须将其余的债权人包括在内，而 IMF 只起到监督和最后仲裁的作用。

为了应对当年的阿根廷债务危机，美国政府也提出过相应的解决方案，但实际上也没有起到任何作用。

很多经济学家认为，要挽救国家破产的危局，就必须从国内、国际多方面寻求解决的办法和渠道：

1. 国际求助，比如这次冰岛向俄罗斯寻求贷款：从国外获得帮助来缓解自己的压力。

2. 通过谈判解决债务问题，比如上一次拉美国家的债务危机，进行国际谈判，对那些无法偿还的债务进行免除、延期等措施，这也是一种缓解危机的办法。

3.要发动国内民众共渡难关。只有国际、国内多方面共同地努力和配合才能真正起到挽救的效果。

趣味经济学小常识

国家破产实际上也就是对于一个国家经济状况的一种描述。国家破产是说一个国家在一定时间段里的经济情况，首先，就是出现大量的财政赤字、对外贸易赤字；其次，就是出现大量外债；最后，该国家没有偿还外债的能力，同时也没有改善国内经济状况的办法。在这种情况下，我们就可以说这个国家要破产了。

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

第五章

消费经济学

为什么富二代买豪车会成为公众焦点？为什么女人的钱最容易赚？为什么会出现买涨不买跌的现象？为什么同一款车中国人要比美国人掏更多的钱？为什么超市喜欢搞打平价、折扣、店庆等活动？为什么金融危机背景下，政府要拉动内需？要做一个理性的消费者，我们就得懂一点消费经济学。

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

三鹿奶粉垮了燕麦粥火了

我们日常的生活用品大多是可以相互替代的。萝卜贵了多吃白菜，大米贵了多吃面条。一般来说，越是难以替代的物品价格越是高昂。比如，产品的技术含量越高价格就越高，因为高技术的产品只有高技术才能完成，替代性较低，而馒头谁都会做，所以价格较低。再如艺术品价格高昂，就是因为艺术品是一种个性化极强的物品，找不到替代品。

当2008年猪肉价格暴涨后，许多市民增加了其他涨价较少的肉类食品的消费比例，其实这就是替代效应在发挥作用。在生活中我们往往具有这样的智慧：当我们发现某种经常使用的消费品涨价后，往往会选择价格更为便宜的商品。2008年7月宝洁正式启动了旗下产品的第二轮提价，护舒宝、帮宝适等系列产品涨幅达10%左右，创近年新高。如潘婷200毫升装洗发水，从15元左右涨至约18元；玉兰油400毫升装沐浴乳从21元涨至约24元。联合利华也紧随其后，力士洗发水、香皂，夏士莲香皂、中华牙膏等价格上涨10%~15%。

大品牌洗化用品结伴涨价，引起一些消费者的抱怨和抵触，部分未涨价的国产品牌成为其选择的替代品。在这些国外大品牌宣布涨价后的一个月內，来自家乐福的销售数据显示，大品牌洗化用品销售并不理想，但国产品牌却逆势上扬，如六神、霸王等洗发水、沐浴露，以及雕牌、立白等洗衣粉及皂类。

还有另外一种情况出现，例如在“三鹿奶粉”事件发生后，人们对国产奶粉的不信任感急剧增加，在当时人们不愿意喝国产奶粉，这时应

该寻找哪些替代品呢？于是人们找到了七种牛奶的替代品：燕麦粥、豆浆、生牛奶、羊奶、水牛奶、椰奶等。

替代效应在我们的工作中也会发生作用。那些有技术、有才能的人在企业里是香饽饽，老板见了又是加薪又是笑脸，为什么？因为这个世界上有技术、有才能的人并不是很多，找一个能替代的人更是不容易。而普通员工，企业很容易从劳务市场上找到替代的人，中国是人力资源大国，你不愿意干，想干的人多的是。对于别人的薪金比自己高，不要吃惊和不平，只要使自己具有不可替代性，待遇自然会提上来。

替代效应在人们的日常生活中无处不在，我们要认识并能充分利用这种效应，做一个聪明的消费者。

趣味经济学小常识

替代效应是指由于一种商品价格变动而引起的商品的相对价格发生变动，从而导致消费者在保持效用不变的条件下，对商品需求量的改变。比如，你在市场买水果，看到橙子降价了，而橘子的价格没有变化，在降价的橙子面前，橘子好像变贵了，这样你往往会多买橙子而不买橘子了。

为什么东西越贵反而越有人买

“吉芬现象”是以英国统计学家罗伯特·吉芬的名字命名的。1845年，爱尔兰发生灾荒，造成农产品的价格急剧上涨，特别是土豆，当时土豆的价格已经高得可怕了，照理说东西越贵购买的人就应该越少才对。

可是当时的土豆市场不是这样的，随着土豆价格的上升，土豆的销量也在迅猛增长。这一反常态的现象，引起了统计学家吉芬的注意。于是，他花费时间仔细研究了这种现象，后来，他发现土豆是当时爱尔兰人生活中必不可少的食物，是生活的基本必需品，在那个“大饥荒”的年代里，爱尔兰人可以被迫减少肉类和奶类的消费，也不能减少土豆的消费。很多人把节约下来的钱，都用在了买土豆上。但由于土豆稀缺，而且前来消费的人群有增无减，于是，土豆的价格就只能越涨越高。后来，人们就把这种反常的现象称为“吉芬现象”。

东西越贵，为什么人们越愿意去购买？吉芬现象是市场经济中的一种反常现象，是需求规律中的例外，但也是一种客观存在的现象，是人们无法回避的。需求定律的定义是“在其他条件不变时，需求价格与需求量呈反向变动关系”。这里需要指出它的前提，即“其他条件不变”。这个不变其实涵盖了关于需求的许多概念，如“需求弹性”和“供给弹性”。如果天降大雨，地铁口的雨伞尽管价格较平时上涨，但销量还在上升，我们分析关键原因不是价格上涨，而是由于天空突降大雨，即“需求定律”的“其他条件”已经发生了变化了。这时“需求弹性”急剧降低，对价格已经不再敏感。在这种情况下，只要价格还不是高得离谱，人们就会购买。试想如果雨并不是很大，人们可以赶到商店再去购买的话，小贩们的高价雨伞自然就无人问津了。这一道理对于爱尔兰的饥民同样适用。土豆价格上涨而需求量反而上升，是因为人们收入所限只能去选择土豆。同时，在饥荒的压迫下，他们预期价格还会再涨，于是就去抢购。从这一点上说，“吉芬现象”并不等于推翻了需求定律。

在特定的条件下，“吉芬现象”总是会以不同的形式出现。在当年的爱尔兰，土豆价格越高人们越买是因为在贫困中人们为了维持生存的一种不得已的选择。在灾难时期，越高越买是出于一种恐慌心理，害怕以后价格会涨得更高。而一些首饰、服装、礼品等，人们越高越买则是

为了显示自己的身价，提升自己的社会地位。

其实，生活中的“吉芬现象”并不少见。最突出的就是这几年的房市。房价涨得越来越快，而买房子的人却越来越多，许多没钱的人也在想方设法购买，借钱、按揭、攒钱……无不希望自己“有房一族”的美梦早日成真。其实在股票市场上也存在吉芬现象，如某一种股票价格上涨的时候，人们都会疯狂抢购这种股票。而当一种股票价格下跌的时候，购买这种股票的人反而很少，拥有的人也希望尽快抛出去。越高越买，人们是为了最大限度地获取利润，股票价格升高，说明投资者有利可图。

趣味经济学小常识

需求量随着消费者的实际收入上升而增加的商品叫正常商品。需求量随着消费者的实际收入上升而减少的商品叫低档商品。

为什么人会买高价药

我们经常有这样的体会：冬天感冒，在小店买的感冒药就不见好，大药店的高价药吃了就觉得畅快；患哮喘病，普通药品总不见效，著名厂家刚上市的新药一定能药到病除。换句话说而言，事关自己的身体健康，你一般会对这些讨价还价吗？普通感冒先放下不说，如果得了性命攸关的疾病，我们还有多少人锱铢必较呢？不会的，我们会为自己，为孩子，为亲人竭尽全力，花多少钱也在所不惜，一定要选择最好的药。为什么会选择价格高的药品呢？这是因为我们对价格高的药品治愈疾病有较高

的期望。说到底，这种非理性行为的背后其实蕴藏着消费预期的作用。

预期是指人们对未来经济状况所作的判断，它对人们的经济行为具有非常重要的影响。人们会依据自己对未来经济状况的判断作出自认为英明的经济决策。对于预期的形成方式，经济学家们有不同的解释。

英国经济学家凯恩斯指出，人们的预期是无理性的，具有极大的随机性。美国经济学家弗里德曼则提出了适应性预期理论，指出人们根据以前的行为状况来预期未来，并且可以对预期的失误进行调整。理性预期学派的倡导者卢卡斯则指出，人们可以作出理性预期。不过，这里的预期是指人们预期的总合。作为一个群体，有的人预期失误，可是大部分人都是对的。所以，依据大数定理，这种说法还是具有一定道理的。

可是，个人的行为取决于自己对未来的预期，而个人的预期未必就一定正确。个人在作出预期时，依据的是个人掌握的经济信息，这种信息常常是分散的、片面的，甚至有很多是不对的。不少人作出预期时更多是听了传言，而这些传言既包含正确信息，也包含错误信息，甚至就算是正确的信息也会被扭曲变形。人们对未来的预期常常是互相影响的，这就是一个人的错误预期常常会影响别人，也要受别人影响的原因所在。

比如“非典”期间的抢购食物，相关媒体再三声明，我国农业丰收，供求失衡只不过是暂时的，食品储备还很充足，可是有些人就是不信。

当然，消费者的预期不可能总是错的，购买行为不可能全都是非理性的。在决定购买行为时，消费者依据的是短期预期。此种短期预期还是比较正确的。比如，消费者对汽车价格下降的预期就是对的。他们持币待购，对并不是急需用车的人来说也是理性的。就算其他人认为是非理性的行为，比如抢购食物，有些人认为也是理性的，这就避免了物价上涨之后增加的支出，他们抢购到东西之后有了安全感，他们认为这就是理性的。

价格预期与收入预期是影响消费者需求的预期。当消费者预期未来

的价格有上涨的可能时，就会影响当前的购买行为。即消费者常常将当前的价格上涨作为今后价格进一步上涨的信号，并作出未来价格上涨的预期，从而在当前物价上涨初期大肆购买。此时，影响购买行为的并非当前的高价格，而是未来的更高价格。所以，买涨不买落并不违背需求定理。同理，消费者也会将当前的价格下降作为今后价格进一步下降的信号，并作出未来价格下跌的预期，从而在物价下跌初期减少购买。此时，影响购买行为的也非当前的低价格，而是未来的更低价格。所以，持币待购也不违背需求定理。企业不是要干预消费者的预期或者购买行为，而是别向消费者传递错误的信号。有时，一味降价促销常常会给消费者一种未来价格还要下跌的预兆，让其作出减少当前购买的决策。消费者对于未来汽车价格下降的预期正是来自于汽车厂家打价格战，价格一路下降。



消费预期是消费主体在对市场和经济状况作出判断情况下的消费倾向，也就是消费者在购买商品之前对商家提供的商品和服务的价值判断。

消费效用是一种心理满足程度

消费效用是一个相对概念，是指消费者从商品和劳务的消费中获得的所有满足。消费效用是一种心理满足程度。

在经济学上，效用是用来衡量消费者从一组商品和服务中所得到的

满足程度的尺度。不同的人对于同一种消费的满足感不同，所以人们更加倾向于选择能够带给自己最大满足的消费。

在此，我们以房地产行业为例，对消费效用进行详细的说明。根据经济人假设，消费者的目标是效用最大化。所以，房产消费者的目标就是要最大化从房产消费中获得效用。一般情况下，消费者从房产中获得的效用主要体现在以下几个方面：

1.功能性效用

功能性效用是房产最基本的消费效用。房产的功能性是指房产所能满足消费者的生活起居需求之功能，其中最重要的是“住”的功能。房产的功能性是通过房产的功能模块实现的。房产的功能模块是指房产中的某一特定功能区间及其相关设施的有机组合。随着经济发展和人们收入水平的提高，扩展模块将表现出不断演变为基本模块的趋势，住宅开发将朝着大户型、功能齐备型的方向发展，这是房产业发展过程中表现出来的规律性特征。

2.经济性效用

经济性效用主要是指房产的价位。价位始终是影响消费者效用的一个主要因素。在其他条件相同时，房产的价位越低消费者获得的效用也就越高。不过不同的消费者从质价相同的房产中获得的经济性效用可能是不同的，一个有赖于豪宅的高价来显示身份，并从这种身份显示中获得极大满足的富人，若豪宅的价格过低，不但不能增加他的效用，反而可能使他的效用减少。相反，一个收入低微的穷人，即使银行愿意贷款让他以市场价格的一半购买豪宅，而他又不能转手出售获利的话，那么压在他头上的债务负担给他带来的不安造成的效用损失可能远远超过这种低廉的价格给他带来的效用增加。

3.便利性效用

便利性效用主要是指房产所处位置的地理优越性给消费者带来的效

用增加，这也是消费者从房产消费中获得效用的一个重要方面，因为这种优越的地理位置而给消费者带来了交易成本的节约，包括时间的节约、效率的提高、各种费用支出（如交通费）的减少以及因这种便利性而省却的各种烦恼等。这种便利性主要通过三个方面来反映：一是交通的方便性；二是与外界的可接触性，即能就近购物、上班、上学、就医、办事、交友等；三是信息的易得性，能迅速方便地获得有关的信息，减少信息的搜寻成本。当然，由于各种条件的限制，这三种便利性在大多数情况下都不能兼得，这时个人会根据自己的偏好进行选择。

4. 安全性效用

安全性效用是指消费者所感受到的生命财产承受的风险或危险性的降低。房产的安全性效用主要包括三个方面：一是房产本身安全系数的高低，如房产本身的施工质量、建筑材料的质量、防震抗震能力、各类辅助设施重大故障率的高低等。二是房产所处小区安全系数的高低，如小区安全检查措施、门卫和保安配置及他们的责任心和防盗抗暴能力、消防设施等。三是房产所处地段（大区）的安全系数的高低，主要是指房产周边社会安全系数的高低，包括周边的治安环境、警力分布、打击违法犯罪的力度和措施、流动人口、联防联治等。

5. 舒适性效用

舒适性效用是指房产本身给消费者带来的舒适感受。舒适性效用首先和房产的功能性相关，功能性越强，舒适性效用也越大。但是，房产的舒适性效用又不等同于其功能性效用，因为舒适性效用并不是由其功能性提供的，功能性指房产对消费者某种需求的满足，而舒适性则是其满足这种需求的强度，如“能住”和“住着舒服”，就反映了两者的这种不同。其次，舒适性效用取决于房子内部的结构布局、线条处理、设计、装修、通风、光、照明、室内外的设施配套、管线的预埋等是否合理、到位等。再次，舒适性效用还和物业管理是否完善、服务是否周到

等相关。

6. 怡情性效用

怡情性效用主要是指房产所处的外部自然环境给消费者带来的情感愉悦，如良好的绿化、洁净的空气、开阔的空间、山环水绕、鸟语花香等，随着人们生活质量的提高，怡情性越来越受到人们的关注。怡情性效用的提高主要来自两方面：一是小区内环境质量的改善，但更重要的是政府环保意识的增强，从而在较大范围内治理污染、绿化环境，使大环境质量得以改善。

7. 保值增值效用

增值性效用是指房产的未来升值潜力给其所有者带来的期望效用的增加，这是房产的资产性特征在消费效用中的反映。增值性效用更多地受到投资型客户群的青睐。

在上述房产消费效用的七个因子中，不同的消费者对各因子的偏爱程度也是不同的，根据消费者的这种偏爱，可以从宏观上将消费者分为四种类型：

1. 功能型客户

功能型客户群一般家庭收入不高，收入前景也不很看好，大多属风险厌恶型的，他们购房的目的主要是为了有一个“住”所，因此，这类人一般很看重房子的经济性和功能性，所选中的楼盘大多不宽敞，只要求基本功能模块齐备即可，但对房子的价格比较在意，一般要求价格低廉，所选楼盘大多离市中心区较远。

2. 便利型客户

便利型客户群一般收入不很低，但也不很富有，大多有较稳定的收入来源，愿意也有能力按揭购房，他们家中大多有小孩上学，自己也有固定的工作地点，因此考虑的主要是房子的功能性和便利性，他们一般会在离单位或学校不远处选购自己的房子，户型不会很大很豪华，但也

不会很小，对扩展模块有一定要求，但对便利性很看重。

3.投资型客户

投资型客户群一般收入较高，大多已有自己的住所，他们选购房子的目的是为了投资获利，如用来出租、升值出售等，因此他们一般看重房子的增值性，对未来房产升值因素比较关注，对政府规划有较强的敏感性，但这类人平时一般比较忙，不可能对市场上所有楼盘都一一研究，因此开发商要花较大的精力挖掘升值“卖点”，大力宣传，以吸引他们的“眼球”。

4.享受型客户

享受型客户群一般收入很高，家庭富有，大都拥有多处房产或豪宅，很多人有自己的公司，或有高薪职位，因此他们的收入对房产增值没有依赖性。这类客户群一般看重楼盘的怡情性、舒适性，对房子的扩展模块有较高的要求，尤其是对楼盘所处的自然环境要求很严格。

所以，开发商应根据不同客户群特点进行楼盘设计规划，为不同客户群量体裁衣，从而使消费者获得最大消费效用。

趣味经济学小常识

对于市场来说，商品的市场需求源自于商品向消费者提供的效用。传统的消费者追求产品的基本价值功能，要求产品实惠耐用，注重产品的使用性能和质量保障性。随着经济的发展，网络销售渠道日益成熟，人们的消费观念也有所改变，对于一些超越商品使用价值的商品，消费者愿意支付不菲的额外费用。

消费总是非理性的

周末常和家人、朋友约了逛街。看到花花的美丽的衣服，总是心痒难忍，可一看价格，呜……等吧，等换季。不仅我这样想，经常和我一起逛街的朋友也一样。逛完百货店，又去吃东西。太平洋百货的咖啡店环境还不错，进去一杯奶茶一个蛋糕，几十大洋。完后，又去吃饭，所费不菲。

于是表妹总结说，像我们这种生活还算富足的人，怎么有这么奇怪的消费心态。花 100 元买件衣服，要想前想后；如果是 200 元，基本是嫌贵不会买的。但吃个饭，2 个人 100 元就大呼便宜，200 元觉得不错，要是哪天心情好去吃自助餐，据说 220 元一位的金钱豹常常要在门口排队，好不容易吃上也会觉得很满足，根本把价钱抛在九霄云外。

我妈妈因为天热，很高兴跟着我们去肯德基避暑（全家吃一次，可能需要 80-100 元）；但她在家里时让她开个空调她就心疼得不行，说太浪费了。（一天的电费能和吃肯德基比吗？）

人的消费心理真是件有趣的、值得大大研究的事。

根据经济学的假设，人都是有偏好的。偏好实际上是潜藏在人们内心的一种情感和倾向，它是非直观的，引起偏好的感性因素多于理性因素。每个人的偏好不同，这就会引起每个人行为选择的不同。

有个人在自家地里挖出一尊绝美的大理石雕像。一位艺术品收藏家高价买下了这尊雕像。卖主摸着大把的钱感叹：这钱会带来多少荣华富贵，居然有人用这么多钱换一块在地下埋了几千年、无人要的石头？收

藏家端详着雕像想：多么巧夺天工的艺术品，居然有人拿它换几个臭钱。他们都为自己所交换来的东西而感到非常满意。每个人的偏好不同，因此对同一种物品的评价往往不同，而这种评价直接影响该物品对自己的实际价值。卖主认为钱的价值大于雕像，买主认为雕像的价值大于钱，其实这 and 个人的偏好不无关系。

那么偏好究竟跟什么相关呢？有人认为和收入相关：比如我们买服装时，富人不喜欢在地摊前买，他们总是偏好去大型商场；也有人认为和前期偏好有关：比如我们考研时会买星火英语，因为大学考英语四级、六级时一直选择星火英语；也有人认为偏好和地理有关：如四川人偏好吃辣，江苏人偏好吃甜；也有人认为偏好跟熟悉程度有关：比如集中同质商品供自己选择，一般会选做过广告的；还有人认为偏好与周围人的偏好有关：如你周围的人都买某件东西时，你一般也会买这件东西。

其实，影响人们消费偏好的因素是很复杂的。宏观看，国家和民族的历史传承、国家和区域的经济环境、福利和劳动保障条件等都会影响人们的消费行为。而作为个人，偏好主要受以下几方面影响：

1.习惯。由于个人行为方式的定型化，比如经常消费某种商品或经常采取某种消费方式，就会使消费者心理产生一种定向的结果。这种动机几乎每个人都有，只是习惯的内容及稳定程度不同。

2.方便。很多人把方便与否作为选择消费品和劳务以及消费方式的第一标准，以求在消费活动中尽可能地节约时间。

3.求名。很多人把消费品的名气作为选择与否的前提条件。购买活动中，首先要求商品是名牌。只要是名牌，投入再多的金钱也心甘情愿。

一般来说，某种商品的需求量与消费者对该商品的偏好程度正相关：如果其他因素不变，对某种商品的偏好程度越高，消费者对该商品的需求量就越多。但现实中人们的偏好并不是连续的、稳定的，而是可变的。偏好颠倒的现象说明，人们并不拥有事先定义好的、连续稳定的偏好，

偏好是在判断和选择的过程中体现出来的，并受判断和选择的背景、程序的影响。因此，偏好主要分为以下几种类型：

1.如果消费者的偏好不稳定又含糊的话，要提供给他们一个满意的解决方案，以满足其偏好。然而，因为他们对自己的偏好不了解，因此易受影响。

2.消费者知道自己没有稳定、清晰的偏好，他们对供给的评估很有可能是建立在其外观的吸引力上，而不是其是否真的符合他们（不牢固）的偏好。例如，喜欢喝葡萄酒，但是又清楚地知道自己没有这方面的知识，可能会非常乐意接受有关葡萄酒方面的教育和消费建议。

3.消费者有着稳定的消费偏好，这些偏好引导着他们的选择，但是他们却并没有清楚地意识到偏好对他们消费选择的驱动性。例如，他们可能自认为选择是建立在理性、客观评判的基础上的。而实际上他们的选择主要考虑的是情感因素或审美因素。因此，这些消费者很可能会错误地接受那些实际上并不符合他们偏好的定制化供给或选择标准，而最终导致不满意。

4.消费者既有清晰的偏好，又对自己的偏好有足够的了解，这使他們能正确判断一种定制化供给是否真的符合他们的偏好。由于他们对自己偏好的了解，他们可能很少依赖营销者的建议。

趣味经济学小常识

消费偏好是指消费者对于所购买或消费的商品和劳务的爱好胜过其他商品或劳务，又称“消费者嗜好”。它是对商品或劳务优劣性所产生的主观感觉或评价。

为什么中国人买车比美国贵

雷克萨斯是目前世界范围内最成功的日系豪华车，中国市场主要有GS300和GS430两款车型。2008年国内GS300 68.8万元的售价跟德国市场约合人民币44万的价格比起来高了20余万元，更是比美国高出一倍的价钱。雷克萨斯GS430，在美国市场的售价为51500美元，在欧洲市场售价为54200欧元，折合人民币均只有40万元左右。而同一款汽车，在国内的售价却超过90万元。对于这种现象，在经济学中叫做“价格歧视”。

其实，这是商家为了获取最大化的利润而玩的把戏，不同消费者对某种物品的需求程度不同，收入水平不同，偏好不同，所以，即使是同一种物品，对不同消费者集团而言，需求弹性也不相同。商家为了最大化的获取每种消费者的消费者剩余，根据不同的人群，对同一种商品制定不同的商品价格。

在美国，各大航空公司之间经常发生价格大战，优惠票价常常只是正常票价的1/3甚至1/4。然而，即使是价格大战，航空公司也不愿意让出公差的旅客从价格大战中得到便宜。

但是，当旅客去买飞机票的时候，他脸上并没有贴着是出公差还是私人旅行的标记，航空公司如何区分乘客和分割市场呢？原来，购买优惠票总是有一些条件，如规定要在两星期以前订票，又规定必须在目的地度过一个甚至两个周末等。老板派你出公差，往往都比较急，很少有两个星期以前就计划好了的国内旅行，这就避免了一部分出公差的旅

客取得优惠。最厉害的是一定要在目的地度过周末的条件。老板派你出差，当然要让你住较好的旅馆，还要付给你出差补助。如果度过一个周末，至少要多住上两天，而两个周末就更不得了。这笔开支肯定比享受优惠票价所能节省下来的钱多得多，更何况，度完周末才回来，你在公司上班的日子又少了好几天，精明的老板才不会为了那点眼前的优惠，而贪小便宜、吃大亏。

就这样，在条件面前人人平等，这些优惠条件就把出差者排除得八九不离十了。航空公司以正常票价向公差人士提供服务，同时用低得多的折扣票价让“可去可不去”的旅客也花钱进入旅游市场，这就是“价格歧视”。

其实，价格歧视是违反市场经济规则的，是有失公平的表现。但现实生活中，价格歧视的现象却大行其道，甚至受到一些时尚人士和富裕人群的追捧，仿佛一个愿打，一个愿挨，这到底是怎么回事呢？

比如，我们看到时尚手机在刚刚上市的时候，价格一般都非常高。虽然过个半年左右价格就会缩水，但喜欢时尚新奇，追求刺激的年轻人，却往往只愿意买新品。而且他们还是时尚的忠实粉丝，每过一段时间就会把自己用的旧手机淘汰掉，换上最新潮最炫的刚刚出炉的还冒着热乎气的新品手机。

另外，还有一些比较富裕的人群，对于他们来说，时间观念非常强，如果要他们花费时间来货比三家，计价还价的话，那损失的时间，可能都能让他们做成一笔大买卖了，对他们来说这是得不偿失。所以这种阶层的人在购物的时候，不会太计较价格，也能够接受较高的价位。

正因如此，商家才可以根据人群的不同偏好，对同一商品制定不同的价格。他们可以针对上面这些人群定高价，实行完全价格歧视，从中得到最高的利润。

实行“价格歧视”的目的是为了获得较多的利润。如果按较高的价

格能把商品卖出去，生产者就可以多赚一些钱。因此，生产者将尽量把商品价格卖得高一些。但是，如果把商品价格定得太高，又会赶走许多支付能力较低的消费者，从而导致生产者利润的减少。这对商家来说是个大难题。

麦当劳连锁店一直采取向消费者发放折扣券的促销策略。麦当劳对顾客发放宣传品，并在宣传品上印制折扣券。为什么麦当劳不直接将产品的价格降低呢？原来，折扣券使麦当劳公司实行了三级差别价格。麦当劳公司知道并不是所有的顾客都愿意花时间将折扣券剪下来保存，并在下次就餐时带来。此外，剪折扣券意愿与顾客对物品支付意愿和他们对价格的敏感相关。富裕而繁忙的高收入阶层到麦当劳用餐弹性低，对折扣券的价格优惠不敏感，不可能花时间剪下折扣券并保存随时带在身上，以备下次就餐时用。而且折扣券所省下的钱他们也不在乎。但低收入的家庭到麦当劳用餐弹性高，他们更可能剪下折扣券，因为他们的支付意愿低，对折扣券的价格优惠比较敏感。

麦当劳连锁店通过只对这些剪下折扣券的顾客收取较低价格，吸引了一部分低收入家庭到麦当劳用餐，成功地实行了价格歧视，采取了三级差别价格，并从中多赚了钱。如果直接将产品价格降低，那么不带折扣券的高收入阶层的高意愿消费而多得的收入就会流失。

实行价格歧视，对商家来说是一种两全其美的方法，既以较高的商品价格赚得富人的钱，又以较低的价格把穷人的钱也赚过来，这就是生产者所要达到的目的，也是“价格歧视”产生的根本原因所在。

现在你还认为价格歧视是一种单纯的商家宰买家的行为吗？我们发现现在商家的定价策略中其实既考虑到了富人的时间需求，也考虑到了穷人的经济拮据。其实挨不挨宰，大部分情况下我们都是可以选择的。经济型的顾客可以多花一些时间精打细算一些，相信商家也为这类顾客准备了合适的价格。

趣味经济学小常识

价格歧视是指企业在出售完全一样的或经过差异化的同类产品时，对不同的顾客索取不同的价格。由于这些价格并不完全反映其产品的真实价值，所以价格歧视运用了非线性定价策略。价格歧视作为一种理论，属于定价策略的范畴，无任何褒贬之意。

商场超市中的平价策略

刘女士最近在某大型超市买了一个电饭锅，花了 218 元，几天后，在自家附近的一个中等规模的商场见到了一样的电饭锅，标价是 198 元。刘女士为自己舍近求远又花了更多的钱买了一个电饭锅感到不平衡：“我一直以为大超市的商品价格比商场便宜，现在看来不能一概而论。”

不久前，高女士在某平价超市花 39 元买了一把防晒伞，几天后，却在相隔不远的一家市场看到同样的伞，售价 33 元。“我还一直以为那家平价超市的商品肯定比市场便宜呢！平价怎么不‘平’了？”

陈女士也有类似遭遇。她隔几天就光顾某大型仓储商场，前段时间发现，那里大瓶可乐的价格，半月之内悄悄涨了两次，从 8.4 元涨到 8.9 元。

为什么超市中有些商品反而更贵呢？因为超市要树立“平价”的形象，更要保证赢利。对全部的商品都实行低价是不太可能的，但究竟多少商品“平价”或“不平”？商家基本不愿透露。有的超市公开承诺：全场 10% 以上的商品一定低于成本价。也有的超市保证：每天都有几百种

商品低于市面平均价格。而超市经营的商品品种，一般达到几万或几十万种。

一些经营者并不讳言这是运用价格策略的结果。一位业内人士透露，其实这是行业里不成文的秘密，有些商品的销量不大，进货渠道、价格都和大商场差不多，如果一定低价销售，超市不赔本才怪。只有走货快、进货多的商品才能形成规模效应，有低价销售的可能。就是这部分商品，超市也经常根据季节和市场变换而调整价格，不断打出“某某商品酬宾热卖”的招牌，刺激消费者的购买欲望。

为什么经营一部分平价商品，就能给消费者留下“平价商店”的印象呢？其实，超市里通常将商品划分为两类：其一是价格敏感类商品，即那些购买频次较高、价格变动易受关注的商品。比如，生鲜类、洗涤用品；其二是不敏感类商品，即偶尔购买、价格波动不易察觉的商品。比如，雨伞。

超市将“平价”策略重点用在价格敏感类和新商品上，这能给消费者留下鲜明的平价印象。同时，将不敏感类商品以一般或稍高的价格出售，以弥补全场赢利水平。

而且，即便是敏感类商品，超市也常常视季节或销售情况调整价格，此消彼涨，平价“冠军”不断替换，撩起消费者的购物欲望。据说，有研究表明，对超市商品，一般消费者能清楚记住价格的大约只是 20 个。“平价超市”的价格策略正是巧妙运用了这种消费心理。

所以我们千万不要因为商家每天都有低价促销的商品，就认为超市中的所有商品都是低于外面的市场价的。一些生活常用的物品，比如我们非常敏感的米、面、油、洗涤用品、蔬菜、鲜肉的价格，超市一般都会定得比较低，可以说是诱惑我们去超市的诱饵。因为消费者对经常购买的日用品价格很敏感，他们看到这部分商品价格便宜，自然形成其他商品价格也便宜的印象。有几个消费者有那份闲心和精力去考察很少购

买的商品的价格呢？说穿了，这也是经营者对销售心理学的一种把握。人们一旦去了超市，出于精力和时间的考虑，一般都会把其他需要的物品一起给买了，而这些其他的商品的定价可能就不便宜了。

曾经有一家位于居民区内的超市因为装修停业了三个月。在三个月后即将开业的时候，派送的海报中最引人注目的就是大米、食用油和猪肉的价格。和市场价格相比，那可真叫一个便宜。想来这个敏感的信息大家都看到了，于是到了开张那一天，人潮涌动，居民们都奔向新开张的超市，人流洪大，据说开门一个多小时后，超市的保安就开始在门口维持秩序，只许出不许进了，随后慢慢控制超市内的人数，每小时才允许一部分人进场。好不容易进到超市的人，为了不虚此行，在买了早就想好的大米、食用油、猪肉之后又采购了许多其他生活用品，当然至于其他生活用品的价格是否比市场便宜那就不得而知了。

趣味经济学小常识

所谓的“特价促销”、“限时促销”、“感恩价”，只是超市或卖场的诱惑性的广告，用来刺激我们购物的欲望，所以，我们在这些促销广告面前，要保持冷静，不要陷入了商家设下的圈套之中。

购物时最好不要问最低价

女人就是天生的“经济师”，她们的经济意识不仅仅体现在家庭理财方面，更是在购物的过程中体现得淋漓尽致，特别是在购物的时候，女

人更是名副其实的“砍价师”。

在现实生活中，我们经常看到这样的情况，很多男人在买东西的时候不会砍价，所以他们常常花冤枉钱买了很多货价不实的东西。大多数人在买东西的时候都好面子，觉得砍价是小女人的做法，其实这是一种错误的想法。首先要记住的第一点就是，哪怕碰到再喜欢再中意的衣服也不要冲昏了头急着付账购买。因为你一表现出喜欢，老板就吃定你了。第二就是不要爱面子，觉得不好意思讲价。讲价不丢脸，也不是抠门，而是让你以合适的价格买到合适的东西。

在日常的购物中我们经常见到很多聪明的女人使用各种各样的砍价手法，为自己买到物美价廉的商品。在这里，我们也重点地了解一下聪明女人常见的砍价法吧。

1.结伴去购物

结伴购物一来可以避免乱买的现象，二来你不会讲价的时候有人可以帮忙参考。聪明的女性从不一个人逛街，她们觉得那样很容易被商家“温柔一刀”。对于年轻的女性来说，特别是工薪的职场女性，逛街时人太少没有气势，太多又会乱，一般三四人为宜。到了小店，有谁看中了什么衣服，都不要表现出特别地喜悦。看中衣服的人这时说一个比心理价位下调 10%的价钱，让店家再升一个价钱，最后总能以自己的心理价位成交。

2.逛大商场也要砍价

逛商场也要砍价，这听起来好像有点不可思议。不过确实很多大型的购物广场、商场也能讲价的。

下面是一个女孩的购物经验：有一次，小王在商场里看中一件女装，在营业员主动给她打了九折以后满心欢喜地买下，想着还有数百元的礼券送就开心。这时，来了两个女的，同样看中了小王买的这件衣服，她们冲着营业员一口一个阿姨，结果打了八折还去掉了零头，还将应该换

领的礼券直接抵扣了，最后她们用比小王便宜将近一半的钱买下了那件衣服。她们走后，小王愤怒地质问营业员，营业员一句“她们太厉害了”就把小王给打发了。本以为可以放心购物的商场原来还是还价高手的天下。可见，道理不是死的，说不能砍价的商场也是可以砍它一砍的。

3.永远别问最低价

买东西，永远不要问老板最低价是多少，否则只会自断退路。最低价永远都是自己砍下来的。当然，针对不同性别的老板要使用不同的砍价方式。

有一次，小丽陪朋友买衣服。店主是个高高胖胖的北方女人，看上去很爽快的样子。当朋友看中一件标价 180 元的外套后，老板表示最多打七折，再低就没法商量。对于这种人，她爽快你也必须爽快，开诚布公是唯一的选择。于是，小丽显出非常真诚的样子，告诉她今天肯定有买外套的打算，而且觉得她的东西也不错，只是在价格上有些不能接受，小丽诚心让店主做这笔生意，但是如果店主一点都不肯让步，小丽只好把这笔钱留给别人赚了。店主听了之后，态度明显有所松动。这时候，小丽就趁机态度坚决地跟他讲：“大家都是女人，爽快点。70 元，我顶多出这么多了。”小丽在报价的那个瞬间，故作目光坚定状，从气势上给老板一种不容商榷的感觉。果然，最终顺利成交。

这种砍价的手法也是因人而异的，应该是随机应变的。在常规的情况下可以用，但在遇到某些店主时，有时候这招就行不通了。一次就从 180 元砍到 70 元，这样的下跌速度店主多半不能承受，“层层剥笋”则比较适用。这个战术的关键就在于刚开始要一个劲地喊价格太高，让店主再便宜一点，等店主一点一点地把价格降下来，降到店主告诉你的最低价时，你再最后补砍一刀。在这个过程中，得看着点店主的脸色，只要店主一直笑脸盈盈，就说明还有伸缩的余地。

4.绝不退步

有些人讲价的时候立场不坚定，开了一口价，老板一说这个价不行就立马升价。这样做非常愚蠢。定了什么价，心里觉得也只值这么多钱的时候，你就绝不能退步。就算最后店主说不行，开价还不能使你满意，你可以发出最后通牒：“我的给价已经不少了，我已问过前面几家都是这个价。”或者说：“那我再去别家看看。”说完，立即转身往外走。这种讨价还价的方法效果很显著，通常老板如果觉得这个价卖得起一定会叫你回来，冲你大呼：“算了，卖给你啦。”

5. 讲价的时候要淡定

首先你应该让店主感觉到你是真心诚意地想做这笔生意，如果店主爽快你也必须爽快，开诚布公是唯一的选择。开价以后要淡定。别自己先慌了，不然没准你亏得更大！



趣味经济学小常识

使用价值是一切商品都具有的一个共同属性。所有商品都具有使用价值，商品的使用价值是指能够满足人们某种需要的属性。任何物品要想成为商品都必须具有可供人类使用的价值；反之，毫无使用价值的物品是不会成为商品的。

炫耀性消费心理

如今，年轻的“80后”富家子弟们正逐渐走向公众的视野，与他们的父辈艰苦创业不同，他们一出生便继承万贯家产，正成为社会的一代

新贵。他们中间一些人大手大脚的消费更为社会所诟病，“二世祖”便是人们送给这些人的“雅号”。名车豪宅，香槟美酒，名牌着装，饰物，大把烧钱，之所以会频频成为“富二代”们追求的对象，其实归根到底是其“炫富”心理在作怪。

这种炫富心理其实在普通人的日常生活中也很常见。很多时候，人们买一样东西，看中的并不完全是它的使用价值，而是希望通过这样的东西显示自己的财富、地位或者其他。在成熟的市场经济中，消费者的行为是理性的，进行炫耀性消费的都是企业家、演艺界大腕、社会名流等。但是在我国，炫耀性消费增长的速度远远快于经济增长。

经济学家把消费这种极为昂贵的产品或服务的行为称为炫耀性消费。炫耀性消费行为的目的不在于其实用价值，而在于炫耀自己的身份。此外，消费心理学研究也表明，商品的价格具有很好的排他作用，能够很好地显示出个人收入水平。比如利用财富优势，通过高价消费这种方式，富人常常能够有效地把自己与穷人分开。

炫耀性消费是一种重要的社会经济现象，这个概念最早由凡勃伦于1899年出版的《有闲阶级论——关于制度的经济研究》一书中提出来。凡勃伦认为商品可分为两大类：非炫耀性商品和炫耀性商品。其中，非炫耀性商品只能给消费者带来物质效用，炫耀性商品则给消费者带来虚荣效用。虚荣效用是指通过消费某种特殊的商品而受到其他人尊敬所带来的满足感。凡勃伦认为，富裕的人常常消费一些炫耀性商品来显示其拥有较多的财富或者较高的社会地位。

有人总结中国富人和欧美富人的奢侈品消费最大的区别在于：在中国被购买的主要是服装、首饰、手表、皮具等个人生活用品，非常表象化；而在欧美地区，最被看重的奢侈品主要是汽车、游艇和豪宅，此外还有艺术品收藏。中国消费者并不看重奢侈品的品牌文化与内涵，还是在用价格标签来区分什么是奢侈品。集体购买及跟风购买也是中国富人

的特色——20 多位温州商人花费 1.3 亿元人民币，团购了 22 架私人飞机；山西煤炭老板看车团一次集体买进 20 辆悍马车。

不正常的炫耀性消费所带来的损害是巨大的。当人们看重自己的财富地位、权贵身份时，就要尽其所能地炫耀和攀比，把人生的目的和意义定位在不断满足日益升级的炫耀需求上。在很多腐败案例中，一些高官为显示自己的地位和权势，大肆进行炫耀性消费，并为满足欲望而放弃原则和法律，进行权钱交易，贪污受贿直至腐化堕落。

此外，炫耀性消费会导致资源浪费。投入大量的资本和消耗大量的资源生产炫耀性商品，为了摆阔一掷千金、大肆挥霍，这种非理性的消费浪费了本可以节省的资源和财物。我国资源状况已经制约了经济发展，满足社会生产和人们生活基本需要的资源都难以保证，而炫耀性消费对资源特别是稀缺资源的耗费，则直接影响到创建节约型社会和实施可持续发展战略。

炫耀性消费不仅使大量的奢侈品生产耗资巨大，而且这些消费者又以惊人的铺张浪费将奢侈品化为废弃物。享受不了的人有条件挥霍，需要的人又没条件满足。浪费的财富只是满足了富有者的虚荣心，这只会导致实际财富的低增长和社会整体福利的下降。

趣味经济学小常识

2008 年，中国的奢侈品消费额的年增长率将在 20% 左右，直到 2015 年其年增长率将保持在 10% 左右，到那时中国的奢侈品消费总额有望超过 115 亿美元，中国也将替代日本成为世界第一大奢侈品消费国。

中国人与美国人的消费观念

对于消费，不同的人有着不同的理念，我们先看看下面这两个年轻人的故事：

美国人杰克在读完大学之后，靠自己的能力找到了一份稳定的工作，为了更好地享受生活，不久他就向银行申请贷款买了一栋别墅。为了上班和生活更为方便，他又为自己买了车。为了让自己的生活更有品位，他给自己置办了很多高档的生活用品，然后他专心地上着班，为每个月偿还银行的贷款而紧张地工作，经过 35 年的努力，他终于偿还了银行的所有债务，开始过上了真正的自由自在的潇洒生活。

中国人李强在北京上完大学之后，也凭着自己的优秀才能融入了北京——在北京找到了一份收入不错的工作。在就业之后，李强一直尽心尽力地为公司工作，偶尔还利用周末的时间为自己接点私活干，目的就是为了让多赚点钱，将来能够在北京给自己买一栋房子，让自己真正地立足北京。为了积攒买房子的钱，李强在生活中省吃俭用，把自己的生活水平降到了最低点。皇天不负有心人，经过他 30 多年的奋斗和努力后，他终于一次性付清了房款。

同是买房一事，看上去杰克比李强要聪明得多，因为杰克用 35 年的时间让自己过的是紧张而享受的生活，而李强则用 30 多年的时间让自己过着紧张而拮据的生活。在如此鲜明的对比之下，相信大多数人更愿意选择杰克那样的生活。但是，在我国，诸如上述李强的活法还是比较普遍的，认为这样的作风比较稳定和保险。在很多中国人的意识里，他们

根本就没有超前消费的概念，也不知道什么是超前消费享受，而且很少有人会去算这样一前一后的一笔经济账。

对于贷款买房的超前消费行为，目前有很多中国人对其采取的是一种观望的态度，这除了与中国人的思想和观念有关之外，另一个重要的原因就是房地产价位的居高不下。

消费和投资都是经济学中的概念，这两个概念虽然完全不同，但两者却息息相关。我们进行投资的目的是为了为了更好的消费，让消费者能从消费中得到更好的服务，而更好的消费又能给投资者带来巨大的利润回报，激励投资者继续进行更好的生产，两者是相互依存、相互促进的关系。但无论是投资也好，消费也好，都取决于个人的经济能力。如果你只有强烈的消费欲望，而没有足够的资金进行消费，消费也就不能正常进行，因为“巧妇难为无米之炊”。可是生产的目的是为了让消费者进行消费，没有消费也就无法继续进行生产和投资。有些消费是很多人在短时间内经济条件达不到的，在此情况下，提前消费这个概念就呼之欲出了。

在中国的房地产市场上，像北京、上海、深圳等城市，一套房子就是几十万、几百万元，这样的楼房市价，对于普通的百姓来说，就是一笔沉重的负担，令很多人望而生畏。可对于那些有钱的人来说，他们虽然有钱购买房子，但也只要一两套房子够自己住就行了。更何况富人的比例比较小，对于整个房地产市场来说，它们面对的还是以普通大众为主，因为普通大众才是房子的真正需要者。可是这样的人很多人却买不起房子，房地产商从自身的利益和发展出发，认为解决问题的最好办法就是鼓励大众从银行贷款，先买房住进去，然后再去还款。

其实，向银行借款来消费也是一种投资。只是这种投资是建立在你有能力偿还贷款的基础之上，银行要根据你的收入来衡量你的还款能力。而你借助银行的力量进行投资的主要目的就是为自己创造未来的收益率。

当住房投资收益率高时，显然贷款买房就是一种理性的行为。而中国人因为害怕投资的风险，所以只能靠精打细算来攒钱，然后用几十年的时间换一套房子。

不过这种担忧也不无道理。一般而言，普通的工薪阶层都需要借助银行这一后台为购买房子做铺垫。如果缺少银行的资助，很多人的购房也只能是一个梦想。可是贷款买房之后，消费者还需考虑还款期限的问题，因为很多人的收入和支出会有意想不到的变化，比如有的人购房还款期间，可能会因为改行经商，获得经济效益，于是资金充足起来了，就想提前还款了。而有的人可能在购买房子之后，碰到了突然的灾难，比如疾病、车祸等原因，房款的负担也就无力承担了。

所以，我们在此提醒所有的超前消费者，在签订借款合同时，要尽可能为自己留下回旋的余地。通常情况下，最好是保证能够按时还款。如果因为意外收入增加，则可以提前还款。但令人们不解的是，因为提前还款现象普遍，众多银行居然联手惩罚还款者，这让广大的购房者面临滞后还款和提前还款的双重违约风险，银行就犹如“老大”，自己说了算，这是一种不平等的消费行为。由此可见，如何平衡超前消费给大众带来好处，而提前还贷又给银行带来负面效应两者之间的关系，还有待国家出台一种有效的机制。

趣味经济学小常识

提前消费就是拿明天和将来的钱，来满足今天和现在的生活需要，这种消费观念在世界消费市场中，已经越来越被认可，逐渐成了一种社会大趋势。

为什么女人的钱最好赚

英国心理学家研究发现，女性在月经周期最后 10 天左右更易产生购物冲动。女性所处月经周期越靠后，她们超支的可能性越大，在花钱方面更不节制、更冲动、超支金额更多。

科学家认为，女性月经周期中体内荷尔蒙的变化容易引起不良情绪，如抑郁、压力感和生气。她们感到非常有压力或沮丧，容易选择购物这一方式，让自己高兴并调节情绪。对许多女性而言，购物成为一种“情感上的习惯”。她们不是因为需要而购买商品，而是享受购物带来的兴奋感。

研究同时发现，不少女性会为冲动购物感到懊恼。小雅平素习惯穿平跟鞋，但一时兴起想买高跟鞋，于是一口气买下好几款颜色不同的坡跟鞋。然而，没隔多久，小雅就不喜欢这些新鞋，不愿再穿。

科学家说，如果女性担心自己的购物行为，她们应该避免在月经周期后期购物，我们应考虑干点别的，而不是周末去商业街。

当你在商场中看到一些比较便宜，或者很讨你喜欢的东西，这些东西可能是你经常看到但从来没有使用过的。你猛然间觉得自己好像很需要它，于是将其买下。但是事后却发现你根本不需要它，或者它的作用很小。其实，这就是典型的冲动型消费。

冲动型消费是指在某种急切的购买心理的支配下，仅凭直观感觉与情绪就决定购买商品。在冲动消费者身上，个人消费的情感因素超出认知与意志因素的制约，容易接受商品的外观和广告宣传的影响。

而女性无疑是冲动型消费的主力军。日本一个专门研究消费者形态的机构有一个统计，女性冲动性购买的比率为 34.9%。换句话说，每三个女性消费者里面，就有一个是冲动性购买者。女性的非理性消费彻底颠覆了经济学家所能预测的消费模式，你常常会看到这样的现象，她们在进入超市之前作了周密的购物计划，但在购物的时候却买回不少自己喜欢却并不实用、甚至根本用不上的商品。

有人说，女人钱是最好赚的。一个女人可以在冲动之下专程打“飞的”去扫荡名牌，也可以一时兴起买下上万的穿不上几次的衣服。经济学家说，女人们的这种消费轨迹无法琢磨，因为没有一丝规律可循。所以，琢磨女人的消费动态，就成了难以完成的任务，她们消费的理由林林总总，总是不乏借口。但困扰着经济学家们的是女性为什么倾向于非理性消费？

女性容易受到情绪因素的影响，是心理更不成熟、更为脆弱的群体。女性中最常见的就是情绪化消费。据统计有 50% 以上的女性在发了工资后会增加逛街的次数，40% 以上的女性在极端情绪下增加逛街次数。可见，购物消费是女性缓解压力、平衡情绪的方法，不论花了多少钱，只要能调整好心情，80% 左右的女人都认为值得。

当然冲动型消费还容易受到人为气氛的影响。当消费者光顾的门店在进行商品促销的时候，往往能够激发消费者的购物冲动。对于某些商品来说，可能消费者处于可买可不买的边缘，但促销折扣往往能够引起消费者的冲动购物。

事实上，具有冲动消费的不仅仅是女性，其实我们每个人都有冲动消费的倾向。因此，冲动消费涵盖了各类人群，其中新婚夫妇最易冲动购物。因为这一部分消费者往往更没有消费计划，消费冲动行为较多。在消费者最容易冲动购物的商品类别上，男女是有区别的，男性一般青睐高技术、新发明的产品，而女性在服装鞋帽上很难克制自己的购物欲

望。

那么，避免冲动性消费有哪些好办法呢？

1. 让钱包喘口气

在挑选商品和付款之间暂停一下，这时你会回到更加理性的状态。

2. 少用信用卡

接触到信用卡时，就像饥饿的人闻到烤面包的味道，让你感到不得不挥霍，以满足自己的欲望。

3. 忽略品牌

名牌煞费苦心的让人们认可它，使人相信购买它非常值得，尽管这些商品的品质很普通。

4. 别和朋友一起购物

和朋友购物会改变自己的习惯，避免购买更贵的食物和衣服。

5. 警惕特别优惠的商品

当看到特别优惠的商品时，你会变得失去理性，认为自己非常幸运，于是买了一堆不需要的东西。

趣味经济学小常识

冲动型消费其实是一种感性消费，而作为经济人的你应该能控制随兴而起的“购物冲动”，做到有计划、有目标地购物，只有这样才能尽量减少自己的购物“后悔感”，做一名真正的理性人！

第六章

管理经济学

为什么北大才子当街卖猪肉会成为新闻？为什么不懂电脑的马云也会成为 IT 业的老大？为什么姚明被称为“中国最大的单个出口商品”？为什么有麦当劳的地方就有肯德基？要知道答案，我们需要用管理经济学来分析……

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

为什么有麦当劳的地方会有肯德基

在北京，我们很容易观察到，几乎每一个有麦当劳的地方，对面或附近肯定会有肯德基。在周边存在弱替代品（其他食品店）的情形下，麦当劳与肯德基这样面对面的竞争，是理性的还是非理性的？为什么麦当劳与肯德基要采取这种竞争策略呢？

众所周知，世界餐饮行业中的两大巨头麦当劳和肯德基，在快餐业中占据位置是数一数二的。其中，麦当劳有 30000 多家门店，肯德基有 11000 多家分店。麦当劳与肯德基这两家店一般在同一条街上选址，或在相隔不到 100 米的对面，或同街相邻门面。如果按常理，这样的竞争会造成更剧烈的市场争夺，以至于各个商家利润下降，但为什么两家非要凑到一起呢？其实，麦当劳与肯德基采取策略的是经济学中的“集聚效应”。

集聚效应是一种常见的经济现象，如产业的集聚效应，最典型的例子当数美国硅谷，聚集了几十家全球 IT 巨头和数不清的中小型高科技公司；国内的例子也不少见，在浙江，诸如小家电、制鞋、制衣、制扣、打火机等行业都各自聚集在特定的地区，形成一种地区集中化的制造业布局。类似的效应也出现在其他领域，北京、上海这样的大城市就具有多种集聚效应，包括经济、文化、人才、交通乃至政治等等。

产业集聚包括如下几个因素：首先，必须是与某一产业领域相关的。一般来说，产业集群内的企业和其他机构往往都与某一产业领域相关，这是集聚效应的形成基础。其次，产业集聚的企业及其他机构具有密切

联系。产业集群内的企业及相关机构不是孤立存在的，而是整个联系网络中的一个节点。最后，产业集群是一个复杂的有机整体。产业集群内部不仅包括企业，而且还包括相关的协会、银行、中介结构等，这是产业集群的实体构成。

产业集聚是创新因素的集聚和竞争动力的放大。迈克尔·波特认为，产业在地理上的集聚，能够对产业的竞争优势产生广泛而积极的影响。从世界市场的竞争来看，那些具有国际竞争优势的产品，其产业内的企业往往是群居在一起而不是分居的。

集聚为什么有助于产生竞争优势？

1. 利于提高生产率

同一个产业的企业在地理上的集中，能够使得厂商更有效率地得到供应商的服务，能够物色招聘到符合自己意图的员工，能够及时得到本行业竞争所需要的信息，能够比较容易地获得配套的产品和服务。这些都使群聚区内的企业能以更高的生产率来生产产品或提供服务，有利于获得相对于群聚区域以外的企业更多的竞争优势。

许多同行业的企业集聚一起，为各种投入品的供应商提供了稳定的市场，群聚区内大量的专业化的供应商存在，为一个产业所需要的各种投入品的供应带来了便利。此外，从本地取得投入品的交易成本低，且存货数量还可大为降低。相互毗邻，供应商定价过高或违约的风险也会相应降低。地域上的接近还能促进彼此交流，并使得供应商能够提供附件以及安装、排除故障等服务。而随着企业分工的深化和技术上的专门化，企业招聘到适用的员工的成本也在上升。集聚意味着更多的机会和较低的流动风险，带来人才的集聚。企业为此所付出的搜寻成本和交易成本都大为降低。产业集聚区域不仅集聚了供应商，而且集聚了客商，或者说，一个集聚区本身就是这个产业的一个规模很大的市场。

由于同一产业的企业在地域上的集中，有关市场的、技术的以及其

他与竞争有关的各种信息在区域内大量积累和迅速传递，这对于企业的竞争来说是十分重要的。在美国硅谷，集聚着大量的半导体电路、数字技术等新技术公司，跨国公司纷纷在这里设立分支机构，甚至将公司总部移到这里来，一个很重要的因素就是在硅谷能够得到本行业最新的与竞争有关的各种信息。企业的集中，使得一个行业获得配套产业的支持以及配套产品更为便利。

企业的地理集中，能够获得政府及其他公共机构的投资，可以在基础设施等公共物品上降低成本。除了政府投资之外，与群聚区同时产生的一些中介服务性的机构、行会组织、教育培训机构、检验认证机构，也对企业的生产率带来积极的作用。

2. 利于推动企业创新

由于集中的顾客群降低了设立新企业的投资风险，投资者容易发现市场机会。在产业集聚的地方工作，企业能更容易地发现产品或服务的缺口，从而受到启发建立新的企业。再加上产业集聚区域的进入障碍低于其他地区，所需要的设备、技术、投入品以及员工都能在区域内解决，因而开办新的企业要比其他地区容易得多。企业所需要的客户、市场信息，可能在其成立之前就已经具有了。

集聚对创新的贡献还在于同行业之间的非正式交流。这种非正式的交流不是通过契约的形式来实现的，比如，不同公司员工之间面对面的接触、工作之余时间的聊天等，使得不同的思想不断在交流中相互碰撞产生新的火花。

3. 给企业增加动力

竞争是企业获得竞争优势的重要来源。集聚带来了竞争，加剧了同行业企业间的竞争。竞争不仅仅表现在对市场的争夺，还表现在其他方面。同居一地，同行业相互比较有了业绩评价的标尺，也为企业带来了竞争的压力。绩效好的企业能够从中获得成功的荣誉，而绩效差的企业

会因此感受到压力。不断的比较产生了不断的激励，同行业企业的聚集，导致剧烈的竞争，竞争对手的存在是有积极意义的。

竞争的结果不是一种零和博弈而是一种正和博弈，竞争者为了不断地从对手那里得到信息和激励，不断地改进管理，以更加有效的方式组织生产，不断地发现新的市场机会。竞争的结果是，产业集群区内的企业比起那些散落在各个地方的企业，更具有竞争优势，更容易通过竞争进入这一行业的前沿地带。

趣味经济学小常识

集聚效应是指各种产业和经济活动在空间上集中产生的经济效果以及吸引经济活动向一定地区靠近的向心力。

开了一家电影院火了一批小吃店

厦门有一位先生 6 年前在公寓楼下种了一棵三角梅，如今，它已经长到几层楼的高度，不仅把绿意、美丽的花朵送到住在四楼的主人窗前，还从最初的一根分成 4 枝，往上又分出 6 枝，每一枝又从另一个方向分出 12 枝……就这样，一栋楼的 20 多户都有三角梅光临窗前。这种现象叫做“外部影响”。

外部影响是指一个经济主体在自己的生产和消费活动中对他人产生了影响。既然是影响，就有好与坏之分。好的影响就叫“正外部影响”或“外部经济”；不好的影响就叫“负外部影响”或“外部不经济”。如

果用经济学术语来表述，即一个人的行为可能成为别人的效用函数的自变量。

外部影响可以分为三类：正外部影响、负外部影响、介于正负之间的外部影响。在现实生活中，这三类外部影响都有所体现。

外部经济是指人们在进行自己的生产与消费活动时，在实现个人利益的同时，也给社会和周围的人带来了好处，这就是正外部影响在现实生活中的体现。例如，养蜂场养蜂取蜜，当自己的蜜蜂飞到别人的果园采蜜时，果园的主人也获得了好处，他们的果树因蜜蜂传粉而结出了更多的果子。在此，养蜂场的生产活动就具有一种正的外部影响。

此外，还有另一种正外部影响并非实际的物质体现，而是在精神上给社会带来好处。例如，人们在建设自己的房屋时要考虑到外形的美观，而在自家的阳台上或院子里种满花草，花草的芳香会使路人感到赏心悦目。如果社区里的每家每户都能这样做，那么这个小区就变成了一个美丽的风景区。从这个角度来看，这种在精神上给社会带来利益的行为，也具有一种外部经济性。

关于外部不经济，可以看下面的例子。某小区附近因为常有偷盗现象发生，家家户户纷纷将自家门窗装上了防盗门和钢条笼子，结果路人从街上经过，抬头望去满目全是黑灰铁条，整个小区简直就是一座监狱牢房，大煞风景，这就是负外部影响了。有个地方在架桥时，对山体进行爆破作业，不料附近有一个养牛场，许多怀孕的母牛听到爆炸后受到惊吓，整夜整夜地不敢休息，结果纷纷流产，造成损失，这种就是典型的“外部不经济”。

在现实生活中，很多活动兼具正的外部影响与负的外部影响。例如，我们家里养狗，虽然可以防小偷，但也会误伤好人甚至导致狂犬病的传播。再如，商店在营业时间播放音乐，在招徕顾客的同时也会影响周围居民的休息。

一方面，交通运输给社会提供了较大的经济与社会效益，在日常生活中，人们通过它所带来的利益往往大于直接支付的费用。但是，在高速发展的同时，交通运输也对环境产生了恶劣的影响。伴随着目前运输业的发展，交通事故不断发生，给人民的生命和财产带来了巨大伤害，而产生的噪声、污染及气候变化更是给整个社会带来了危害。

上面这些例子中，正负兼具的外部影响都具有这样一种特点：外部影响并不是在相关各方以价格为基础的交流中发生的。如果说个体所付出的成本和得到的收益可以称作个体成本和个体收益，那么个体的活动给他人带来的额外成本或者额外收益，就构成了社会成本（负外部影响）和社会收益（正外部影响）。比如对于公共物品，全体社会成员都可以无偿享受，可以说它们是社会收益的特例。而最典型的社会成本便是污染问题。有的工厂浓烟滚滚，粉尘弥漫，有的工厂把污水直接排入河流，造成鱼虾死亡，农作物歉收，人们健康受到威胁，这就是极其严重的负外部影响了。

一般说来，外部影响并非当场的经济主体的本意，即他本来只是为了自己的利益而这么做，并非有意要帮助别人，或者损害别人，只是这种行为产生的效果影响了别人。

正是因为外部经济的存在，促使我们在做任何事情的时候不能只考虑自己，还要想到自己的行为可能会给别人带来问题。对于具有外部经济性的好事，我们可以通过其内部化转为自己的利益。比如：一家新的电影院建成并开张之后，其周围小吃店的生意就会兴隆起来，在这种情况下电影院可以自建一家餐馆。这种外部经济性的内部化是目前很多企业搞多元化经营的一个因素。

趣味经济学小常识

在生活中，我们应当尽可能避免外部不经济性事情的发生，作为个体，影响到别人的利益也许会陷入司法纠纷，影响到公共利益便会受到法律的惩罚。如果从宏观的角度来看，国家对某些行为采取有效的制度，能够防止外部不经济性所造成的不良后果。

效率工资与民工荒现象

效率工资指的是企业支付给员工比市场平均水平高得多的工资以促使员工努力工作的一种激励与薪酬制度。

作为一种激励机制，效率工资已被我国一些企业，特别是知识企业所采用。并且随着知识在经济增长中的作用日益显著，随着知识、技能和经验越来越成为劳动力市场上的稀缺性资源，随着资本对一般性劳动的替代作用日益提高，而与知识性劳动间的互补作用日益突出，效率工资在劳动力市场上的这种示意作用越来越明显。

效率工资是一种筛选机制，它通过高于市场工资水平的高工资挑选出优秀员工，并将他们留在企业内。同时，这种效率工资可以相对提高员工对企业的忠诚，具有激励和约束的双重作用。采用了效率工资后，员工努力工作的动机增强，而偷懒、欺骗等败德行为的动机则有所降低，由于员工败德行为的概率下降了，那么也就相应的减少了对员工的监控成本。

效率工资理论认为：工人工作的效率与工人的工资有很大的关系，认为高工资使工人效率更高。目前，主要存在四种效率工资理论的解释：

1.适用于穷国的效率工资理论认为，工资影响营养。多给工人点工资，工人才吃得起营养更丰富的食物，而健康的工人生产效率更高。

2.适用于发达国家的效率工资认为，高工资减少了劳动的流动性。工人由于许多原因离职，接受其他企业更好的职位，改变职业，或者迁移到其他地方。企业向工人支付的工资越高，工人留在企业的几率越大。企业通过支付高工资减少了离职的频率，从而减少了雇佣和培训新工人的时间和费用。

3.效率工资理论认为，劳动力的平均素质取决于它向雇员所支付的工资。如果企业降低工资，最好的雇员就会到其他企业工作，而留在企业里的是那些没有其他机会的低素质员工。

4.效率工资理论认为，高工资提高了工人的努力程度。这种理论认为，企业不可能完全监督其雇员的努力程度，而且，雇员必定自我决定是否努力工作。雇员可以选择努力工作，也可以选择偷懒，并有被抓解雇的风险。企业可以通过高工资减少工人的道德风险，提高工人的努力程度，进而提高工人劳动效率。

虽然这4种理论在细节上不同，但它们都有一个共同的理论：由于企业向工人支付高工资就能更有效的运行，所以企业发现使工资高于供求均衡的水平是有利的。

在效率工资理论中，企业的效率工资是用来交换员工加倍工作的，而员工的加倍工作也是用来获取企业的高工资。社会关系中的互惠原则是效率工资起作用的基本条件。所以，也就意味着，员工要想拿高工资，就得更努力地工作。不过企业在运用效率工资时，要注意以下几点：

1.效率工资针对的是普通工人。用监督惩罚的那种方法对待企业的普通劳动者，吃亏的最终是企业自己。给工人高工资其实是双赢的，当年的亨利·福特如此，今天按这个原则办的任何人都如此。依靠压低工人工资降低成本来进行价格竞争，仅仅是企业刚刚开始起步时不得不采用

的方法。如果不通过提高工资、提高工人技术水平和提高效率来发展，企业的低成本之路不会走得长远，因为任何优秀的工人也不会拿着低工资在这个企业一直工作下去。

2.效率工资是相对而言的。如果企业随整个社会工资水平提高而提高工资水平，并不是效率工资。效率工资是相对高于本地区、本行业市场工资的工资水平。要维持这种工资水平必须以工资换效率为前提。

3.效率工资不仅指名义工资水平，还包括其他福利及工作条件。比如，尽管你与本地区、本行业的工资水平一样，但如果给员工的福利更好，工作条件更优越，或者向员工提供培训与学习的机会，都可以作为实现效率工资的方式。要把工资理解为广义的收入和工作条件，不要仅仅理解为货币工资。

趣味经济学小常识

东南沿海一带出现的“民工荒”，其实并不是劳动力供给短缺，在很大程度上是工资太低造成的。而外企能招到最好的人才，而且员工都努力工作，正是因为外企会支付高于一般工资水平的高工资。

从北大才子卖猪肉说起

在生活中，我们经常会面对“鱼和熊掌不可兼得”的境地——选择其中一种可能，就必须放弃另外一种可能。在经济学上，这叫做机会成本。机会成本是指作出一个选择后所丧失的不作该选择而可能获得的最

大利益。

为了更形象地理解机会成本这个概念，我们就拿“北大才子当街卖肉”的例子来分析一下。

2003 年的一则“北大才子当街卖肉”的新闻让北大毕业生陆步轩一夜成名。陆步轩于 1985 年参加高考，当时以高出本科线 100 多分的成绩考取了北大中文系，是所在县的文科状元。4 年苦读毕业后，陆步轩被分配到长安县柴油机配件厂。遗憾的是，企业几年后垮了。此后，陆步轩搞过装修，开过小商店。几经挫折后，于 2000 年租房开起了肉店。响当当地北大毕业生从此操起了切肉刀，每天起早贪黑，一年忙到头，交了水电费、房租后也就所剩无几了。这听起来像个离奇故事，然而这的确是事实，是实实在在发生在古城西安的事实。一位自感“最适合去做编辑词典的工作”的北大才子，由于人生曲折和生活所迫做起了卖肉的生意。

当时有观点说：“北大的学生也不一定个个都成功，卖肉的和卖计算机的有什么本质区别呢？再说了，从事的职业只是一种谋生手段，好多名校的博士还在家当家庭主男呢！何况区区一名北大毕业生？”可是，我们要知道，北大学生毕业后完全可以做其他更能体现他们价值的事情。

虽然无论从事哪个行业，大家都是平等的普通劳动者，但每个人都应该有自己的比较优势，从比较优势中找到自己的社会角色。有的人卖肉经验丰富，声名远播，那么，卖肉就是他的比较优势，他如果放弃卖肉而去从事自己完全不懂的计算机行业，得到的收益就会小于卖肉，那么，机会成本就很大了。而对于北大学生来说，他的比较优势在于其他方面，他为卖肉放弃的价值是他去做其他事情所能得到的价值，那么，他卖肉的机会成本也就是放弃的价值可能远远大于他来卖肉得到的收益，这样算上机会成本的话，他卖肉所得收益实际为负了，是不可取的。

自从有了人类，选择就随之出现，自从有了商业，机会也随之出现。

机会成本运用得当，经济效益就会最优化，机会成本运用的不好，就会造成人力、物力、财力等多方面的浪费。所以，不管是企业还是个人，在作出某个选择的时候，一定要懂得衡量自己的机会成本，尽量使自己的利益最大化。

比如一家服装厂，在布料供应有限时，用这批布料生产了一批童装，那它就不能用这批布料来生产女装，那么生产童装的机会成本就是指放弃生产女装的收益。如果恰恰童装市场看好，该厂生产的童装全部高价售出，那么当然是机会成本运用得好，也就是说，在面临两种收益选择时，这家服装厂选择了收益的一种。

又比如：某人决定开一家花店，开店需要投资购买商品和经营设施，需要花费时间和精力去经营。对这个人来说，开店的机会成本是他开店所需投资用于储蓄可得到的利息，加上他不开店而从事其他工作可得到的工资。可偏偏那时花店生意不景气，甚至比不上打工者的工资收益，那这个人可能会赔钱亏本。

从上面商家的事例中，我们可以看到，生产能力已经被充分利用或接近被充分利用的时候，或者当人力、物力、财力资源供应不足的时候，机会成本对正确决策就有了一定的意义。正确的选择总是带来最大的利益收获。反之，不但没有收益，还会带来损失。

不同的机会成本代表不同的方案，选择了一种方案，你就必须放弃另一方案的收益。但机会成本的衡量需要眼光。只有用经济学家看问题的眼光，才会使选择投资的利益最大化。

趣味经济学小常识

机会成本其实是为了得到一种东西而必须放弃的另一种东西。机会

成本反映了一个决策、一件事物的真正价值或收益。

人才经济学

21 世纪，最贵的是什么？是人才。对于人才，阿里巴巴创始人马云感慨地说：“我看到人才比看到金钱还高兴。”

马云自幼习武，酷爱武侠小说，尤爱金庸的武侠小说。金庸是马云多年的崇拜者。马云年轻时无缘一见金庸。待到他创业有成，声名鹊起时，终于在香港见到了金庸。当时阿里巴巴的总部就设在香港。

两人相见恨晚，遂成忘年之交。金庸毕竟是熟读古书参透历史之人。他写的是武侠小说，也是历史小说。他熟知武林之事，更知帝王之术。金庸只给马云写过一幅条幅，竟在条幅中提起领袖之旨帝王之术。也许在金庸眼里，马云这个初出茅庐的青年企业家已有企业领袖之相。

马云的成功离不开他的用人之道。在阿里巴巴这个企业王国，马云的位置和形象的确有点像汉之刘邦三国之刘备。创业期间，不懂技术也不懂管理的马云，可能只是阿里巴巴的一个发起人，一个名誉领袖，一个没有决策权和管理权的老板。后来，马云不仅是阿里巴巴的灵魂，而且是阿里巴巴真正的决策者、管理者和掌门人。

在高手如云竞争激烈的 IT 界，为什么会出现马云这样的英语教师出身的企业领袖呢？在国际一流人才云集的阿里巴巴，马云为什么可以稳坐帅位？就是因为马云重视人才！

首先，马云知道自己有创业之才决策之才用人之才。其次，马云知道自己无技术之才管理之才。马云自始至终清醒地知道自己在阿里巴巴

中的位置他就是一个举旗起事之人，一个战略决策之人，一个调兵遣将之人，一个用人之人。就像刘邦无领兵打仗之才用韩信，无运筹帷幄之才用张良一样，不懂技术不懂财务不懂管理的马云，从雅虎挖来吴炯做CTO，招来国际专家蔡崇庆做CFO，请来GE高管关明生做COO。

马云一开始就懂得一个人是打不了天下的。要靠哥们，靠人才，靠团队。“一个人怎么能干，也强不过一帮很能干的人。少林派很成功，不是因为某一个人很厉害，而是因为整个门派很厉害。”对于人才，马云说：“我运气好，用到许多合适且很优秀的人。”

随着竞争越来越激烈，我国的企业都认识到了人才的重要性，企业管理者对人才的重视已经上升到“人才经济学”的高度。那么，什么是人才呢？从经济学的视野来定义人才，有助于企业对人才的决策选择。

1.人才是什么

作为劳动者，人才是其中的一部分，但这一部分不同于一般劳动者，他们具有特殊的、专门的高质量、高素养和高能量，在劳动力这个总体内居于较高或最高层次。因此，在为数众多的劳动力群体中，人才有其不同性能，于是脱颖而出。简而言之，人才就是有特殊工作性能的劳动者。

2.人才是不是生产要素

人才从一般劳动力中区别出来后，与土地、资本和技术等一起，仍旧是要素之一。只是随着经济的发展和科技的进步，人才这个要素在生产力和经济活动中的作用和位置不断提升。先进生产力主要表现为先进的科技成果，这离不开人才的创新劳动。

从供求关系上看，人才又不同于其他要素。其他要素在经济发展和科技进步后，都能达到供求先是平衡、后是供大于求。但是作为先进科技开发者的人才，永远供不应求，是不折不扣的稀缺资源，始终处于卖方市场。

3.人才的流动性和价格

既是商品或稀缺资源，人才商品在供求驱动下，要交易，或者说必须流动，方能实现其人才功能。只有在市场经济体制下，人才通过自由流动，即供求双方的自由选择，才能得到优化配置。所谓“人尽其才”、“各得其所”，无非是对人才这种特殊商品的自由交易的结果。

既然是商品，人才自然是有价的。这种价格也决定于供求，而在供不应求的情况下，人才价格的总趋势是高走即高价并且高涨。人才定价的尺度在于实际效益，但在未实现前有不确定性。于是，企业会采取其他方式如技术入股特别是期权，把报酬与效益挂钩于其结果，使买卖双方都不吃亏，防止了市场风险。

人才是商品，使用人才必有成本，这就必须重视“人才经济学”，即最经济使用人才。具体表现为，要经济地开发人才、经济地使用人才。

经济地开发人才，就要注重投入产出比，向人才投资要效益。曾经有很多企业在用人上存在一种不正确的倾向，那就是只重文凭不管能力。员工为了评职称、获文凭，出现了不少学非所用，甚至学与用干脆不沾边的现象。这种现象造成投资浪费，企业不仅浪费了物质成本，员工也浪费了时间成本，投资的效用不能在实际工作中表现出来。

企业要克服这种现象，就要注重培养企业建设与发展所需要的人才，在人才培养、考核选取上，都要围绕企业自身发展需要，并为优秀人才提供激励方案，鼓励员工围绕实际工作需要而进行学习。只有这样，才能使企业全体人员看到美好的未来，自己也有成长和“想象”空间，才能静下心来提升职业能力，提升工作效率，为企业创造更大效益。

企业如何经济地使用人才呢？

1.要杜绝人才浪费

不少企业的领导缺乏战略眼光，不能合理地选用人才，不把人才的浪费当成一回事。领导因对某一件事情不满意就全面否定一个员工，轻

易调换工作，使之多年积累的技术、技能被搁置，得不到合理的运用和开发。

2. 让人才高效工作

要想使人才高效率工作，薪酬是重要考虑因素。企业应结合人才市场价格和企业实力，为人才制定出一套能够产生强大经济效益的薪酬方案。

趣味经济学小常识

企业之间市场的竞争、产品的竞争，归根到底是人才的竞争。一切的竞争，都必须讲究成本，讲究“经济”二字。

无法挽回的成本——沉没成本

老赵非常喜欢收集各种古董，一旦碰到心爱的古董，无论花多少钱都要想方设法把它买下来。有一天，老赵在古董市场上发现了一件向往已久的古代瓷瓶子，就花了很高的价钱把它买了下来。老赵把这个宝贝放在汽车的后备箱里，兴高采烈地开车回家，谁知半路上老赵不小心来了个急刹车，只听后备箱里叮当一声响，老赵急忙下车，打开后备箱一看，他刚买的瓶子摔了个粉碎。

这个瓶子碎了就碎了，是无法挽回的，它的价值也随之变为零。这在经济学中叫做“沉没成本”。沉没成本是指由于过去的决策已经发生了，而不能由现在或将来的任何决策改变的成本。也就是说，沉没成本

是已经付出但又不能收回的成本。

比如你花了 10 块钱买了一张今晚的电影票，准备晚上去电影院看电影，可是临出门时突然下起了大雨。这时你该怎么办？如果你执意要去看这场电影，你不仅要来回打车，增加额外的支出，而且还可能面临着被大雨淋透而发烧感冒的风险，这样还要有吃药打针的费用。这时，你的明智选择是不去看这场电影。

一项已经发生的投入，无论如何也无法收回。面对无可挽回的损失，就对它不再考虑。沉没成本是一种历史成本，对当前决策而言是可控成本，不会对当前行为或未来决策产生影响。所以在投资决策时应排除沉没成本的干扰。

面对无法收回的沉没成本，明智的投资者会视其为没有发生。英特尔公司 2000 年 12 月决定取消整个 Timna 芯片生产线就是一个明智的决定。Timna 是英特尔公司专为低端 PC 设计的整合型芯片。起初公司认为计算机将会通过高度集成的设计途径减少成本，所以做出这个项目决策。后来，受 PC 市场变化的影响，PC 生产商采用了其他方法实现了成本的降低。可是英特尔公司已经投入了大量的资金和技术，如果停止就导致前期的所有投入付诸东流，但经过分析思考，公司果断决定，放弃该项目，以避免更大的资源浪费。

当前，市场及技术发展瞬息万变，投资决策失误在所难免。面对已经出现的投资失误，如何避免将错就错对企业来说才是真正的考验。

对于个人来说，不计沉没成本也反映了一种向前看的心态。通常情况下，人们在决定是否继续去做一件事情的时候，不仅看重这件事对自己有没有好处，而且也看过去是不是已经在这件事情上有过投入。他们往往会计算已有支出，如时间、金钱、精力等。其实当我们面对无可挽回的损失，就应该对它不再考虑，那么我们一定能在人生的道路上不断地作出新的选择，赢得更为积极的人生。

对于企业管理者来说，不计沉没成本是一种决断性。一般来说，生产性支出所形成的沉没成本的损失相对较小，比如，由于不可避免的客观条件、库房的库存品报废等等，这类沉没成本其实已经是准沉没成本。

而资本性支出尤其是项目投资形成的沉没成本，损失就严重多了。对于某个项目投资来说，投资数额比较大，回收周期比较长；投资项目一旦起步，沉没成本就已经形成。当覆水难收时，企业管理者要果断停止投入，以免造成更大的损失。

如果你是理性的，那就不该在作决策时考虑沉没成本。放弃沉没成本固然是种果敢的决断，但如果投资前能够全面考虑这一项目的风险，尽量避免沉没成本就是经营投资的更高境界了。这就要求企业有一套科学的投资决策体系，要求决策者从技术、财务、市场前景和产业发展方向等方面对项目做出准确判断。

趣味经济学小常识

成本控制是指企业根据一定时期预先建立的成本管理目标，由成本控制主体在其职权范围内，在生产耗费发生以前和成本控制过程中，对各种影响成本的因素和条件采取的一系列预防和调节措施，以保证成本管理目标实现的管理行为。

为什么企业总想着扩大规模

规模经济是指在一定科技水平下生产能力的扩大，使长期平均成本

下降的趋势，即长期费用曲线呈下降趋势。规模指的是生产的批量，具体有两种情况：一种是生产设备条件不变，即生产能力不变情况下的生产批量变化；另一种是生产设备条件即生产能力变化时的生产批量变化。规模经济概念中的规模指的是后者，即伴随着生产能力扩大而出现的生产批量的扩大，而经济则含有节省、效益、好处的意思。

规模经济就是确定最佳生产规模的问题。人们根据生产力因素数量组合方式变化规律的要求，自觉地选择和控制生产规模，求得生产量的增加和成本的降低，而取得的最佳经济效益。规模经济包括部门规模经济、城市规模经济和企业规模经济。在西方经济学里，规模经济主要用来研究企业经济。但作为生产力经济学的重要范畴，规模经济的含义则更为广泛，规模经济包括从宏观到微观的能获得经济利益的各个层次的经济规模。

规模经济的主要类型主要有 3 种：

1. 规模内部经济。规模内部经济是指经济实体在规模变化时由自己内部所引起的收益增加。

2. 规模外部经济。规模外部经济是指整个行业规模变化而使个别经济实体的收益增加。如：行业规模扩大后，可降低整个行业内各公司、企业的生产成本，使之获得相应收益。

3. 规模结构经济。各种不同规模经济实体之间的联系和配比，形成一定的规模结构经济：企业规模结构、经济联合体规模结构、城乡规模结构等。

一般情况下，规模经济分为两类：

1. 工厂规模经济。从设备、生产线、工艺过程等角度提出的，称为工厂规模经济。工厂规模经济形成的原因有：

第一，采用先进工艺，设备大型化、专业化，实行大批量生产，可降低单位产品成本和设备投资；第二，实行大批量生产方式，有利于实

现产品标准化、专业化和通用化，提高产品质量，降低能耗和原材料消耗等各种物耗，促进技术进步，取得显著的经济效果。

2. 企业规模经济。企业规模经济是指若干工厂通过水平和垂直联合组成的经营实体。不仅可带来单位产品成本、物耗降低，取得“全产品生产线”的效益，降低销售费用，节省大量管理人员和工程技术人员，还可使企业有更多的资金用于产品研制与开发，使其具有更强的竞争能力。在实际生产中，两种规模经济具有同等重要意义，但工业地理学更偏重于研究后者。

规模经济的优势主要有能够实现产品规格的统一和标准化；通过大量购入原材料，而使单位购入成本下降；有利于管理人员和工程技术人员的专业化和精简；有利于新产品开发；具有较强的竞争力。

但是企业管理者要了解制约规模经济的因素，比如：自然条件，如石油储量决定油田规模；物质技术装备，如化工设备和装置能力影响化工企业的规模；社会经济条件，如资金、市场、劳力、运输、专业化协作对企业规模的影响；社会政治历史条件等。

在企业的规模扩大时，产量的增加小于投入要素的增加比例，收益递减，就是规模不经济。在市场经济中，企业管理者总是追求规模经济，避免规模不经济。追求规模经济、研究取得最佳经济效益的合理规模及其制约因素和各种不同经济规模之间相互联系和配比，揭示经济规模结构的发展趋势，寻求建立最佳规模结构的主要原则和对策，对于企业发展具有极为重要的意义。

趣味经济学小常识

规模经济并不意味着规模越大越好，对于特定的生产技术，当规模

扩大到一定程度后，生产就会出现规模不经济，造成规模不经济的原因主要是管理效率降低。由于规模过大，信息传递费用增加，信号失真，滋生官僚主义，使规模扩大所带来的成本增加，出现规模不经济。

产品也有“生老病死”

其实，产品就像人一样也具有生命力，产品在市场会呈现“生、老、病、死”的变化过程。这种现象，在经济学中叫做“产品生命周期”。

产品生命周期理论是在1966年，美国哈佛大学教授雷蒙德·弗农在其著作《产品周期中的国际投资与国际贸易》中首次提出的。产品生命周期是指产品的市场寿命，就是一种产品从进入市场开始，直到被市场淘汰的整个过程。

产品生命周期是指产品从进入市场开始，直到最终退出市场为止所经历的市场生命循环过程。产品只有经过研究开发、试销，然后进入市场，它的市场生命周期才算开始。产品退出市场，则标志着生命周期的结束。

典型的产品生命周期一般可分为四个阶段，即介绍期、成长期、成熟期和衰退期。

研究产品生命周期的规律，必须与技术创新紧密地结合起来。在此我们不妨用手机市场的产品生命周期为例加以说明。

1. 产品引入期。一般在这个过程里产品的销售量较少，而且增长比较缓慢。作为电子产品，一款新手机在进入市场后需要区分两种情况。一种是有着创新技术的新产品，某些特征属于首次出现，在营销策略上

便需要及早确立市场“领头羊”的地位。一般来说，具有创新意义的新产品会获得很大的成功机会。另外一种则是属于市场同质化的产品，当面对市场上众多产品的时候，在引入期应该更关注对价格的定位以及相对应的推广策略。

2.产品成长期。在这一期间，产品得到市场认可，销量开始快速增长。当然，如果产品没有受到市场认可，就可能立即进入衰退期，即成为失败的“短命产品”。在成长期里，竞争者们虽然也发现了这块“肥肉”，但由于产品的创新技术难以马上跟进，因此，厂家依然能够保持价位，并尽力延长这个阶段。竞争品一旦出现后，竞争对手就很可能改进了原有创新的不足，同时会以价格战来冲击市场。在面对这种情况时，作为原来的领先者，也只有通过降价来进一步激发市场份额，提高销售量。

3.产品成熟期。在这一期间，产品的销售量达到了某一程度，并将放慢增长甚至停止增长。此时消费者对其已经有了全面认知，其销售渠道基本也达到了最大化，因此，这一时期应该是厂商最为轻松的阶段。虽然价格经过调整后已经比较低了，但由于销量较大，利润依然可观。产品的成熟期往往是该产品最长的生命阶段，厂家会通过各种形式的变化或组合来吸引新的消费者。比如，很多产品在步入成熟期后，将着重宣传原来被消费者忽视或者遗忘的销售卖点等，以实现销售量的提升。此刻由于竞争产品不断增加，市场有可能出现生产过剩的苗头，而这也预示着此产品可能开始步入衰退期。

4.产品衰退期。在这一时期，产品的销售下滑趋势无法阻止。其原因基本在于技术过时、消费者兴趣发生了变化以及竞争的加剧。但是需要指出的是，有时候厂商无法清醒地认识衰退期，或者说无法接受这个事实，对已经处于衰退期的产品继续投入大量资金，结果只能是“越投入越亏损”，而最终造成沉没成本。尤其是像手机这样的快速消费品，降价频率快，在衰退期“清货”越慢，零售价格就会越低，就会更容易导

致亏损。所以此时最好的办法就是快速降价和清货，宁肯亏一些，也要尽快处理完毕。

尽管产品生命周期模型提供了许多有价值的信息，但是目前这种理论还是营销决策的辅助参考工具，而不是主要决策工具。这是由于产品生命周期的曲线变化充满了很多变数，产品的销售成功与否和各种外界因素都有关联。例如当手机销量衰退时，其原因也许是因为覆盖的销售门店数量不够所致。如果这时贸然判断手机已经进入衰退期，采取“降价清库”行为，就有可能导致利润骤降甚至亏损。所以，企业管理者除了借助产品生命周期理论以外，还需要对各种影响产品销售的因素进行全面考虑，以努力形成准确的、全方位的判断。

趣味经济学小常识

不同的产品其生命周期也不相同。时装的生命周期往往只有几个月，而汽车的产品生命周期已经能够达到 100 年。所以服装的更新率和时尚性要远远高于汽车。各种产品的生命周期的曲线形状也有差异。有的产品一进入市场就快速成长，迅速跳过介绍期；有的产品可能越过成长期，直接进入成熟期；还有的命运可能悲惨一些，在经历了介绍期后，未成长起来，直接迈向衰退期。

为什么姚明能日进斗金

早在 2005 年，中国商务部研究院马宇就曾表示：“姚明是中国最大

的单个出口商品。”2007年，美国著名网站MSNBC专栏作家斯威特又把姚明列为“NBA十大造钱机器”。姚明的个人品牌价值毋庸置疑，仅2003年10月与锐步一份10年的品牌代言合同就价值7600万美元。2006年，姚明个人收入大约为3500万美元，而其来自工资的收入不过1500万美元，其大半收入都来自于个人品牌的产业开发。

在美国，姚明的名字家喻户晓；在休斯敦，市民因火箭队有姚明而骄傲。2.26米的姚明和他的打球方式给美国人带来了完全不同的感受。他谦逊而彬彬有礼的举止，让美国人耳目一新。前中国驻美大使杨洁篪曾给姚明取了个别号——中美外交的民间大使。

毫无疑问，姚明在NBA的几年间，在美国人心目中树立了中国人的新形象，姚明也因此成了美国人眼里的“中国名片”。这张“名片”有时相当管用。在姚明加盟之前，休斯敦火箭队主场里没有任何与中文有关的内容。姚明来了以后，门卫只要看到亚裔人，立即会用中文问候“你好”。而每逢中国重要的节日，如春节、元宵节，原本只在华人社区活跃的一些歌舞团也会被请到丰田中心去献艺。可以说，姚明身上折射出来的中华文化的底蕴，改变了许多美国人对中国的看法，同时也让美国人最喜爱的篮球运动打上了中国印记。

显然，姚明已被美国人视为最可亲的运动员之一，他的良好形象也影响了很多华人。他们教育孩子要“努力成为像姚明那样的人”。因为姚明，很多华裔孩子学中文有动力、有激情了，一些美国人也因此开始学习中文。有姚明打球的赛季，姚明球迷俱乐部能帮火箭队多卖两万多张票，仅是休斯敦的华人贡献给火箭的财富就高达100多万美元。

中国驻休斯敦总领事馆文化参赞赵海生说：“姚明不仅提升了中国人的自豪感，也是亚洲人的骄傲。我碰到过很多韩国人和日本人，他们也以姚明与他们有相同的肤色、同样来自亚洲、来自相同的文化地域而骄傲。”不少美国人正是通过姚明，才认识到中国的伟大，对古老中国的

神秘产生向往，甚至爱上中国，到中国旅游、经商或投资。

由“姚明效应”，我们可以看出品牌的价值。品牌对个人非常重要，对商品而言，品牌的价值更是无法估量的。

品牌效应是由品牌为企业带来的效应，它是商业社会中企业价值的延续，在当前以品牌为先导的商业模式中，品牌意味着商品定位、经营模式、消费族群和利润回报。

简单地说，品牌效应就是把一件普通的东西贴上名牌标签，然后就可以用很高的价格卖出去了。而且在多数情况下，这个东西的价格可以高于它价值的几百倍。不过这也只是个表面现象罢了。毫无疑问，这种效应在经济生活中是可以带来无限商机的，它在显示消费者自身身价的同时，也无形中提高了商家的品位，好让更多的高层次消费者光临店面。品牌是有效的推销手段，是企业的无形资产，更是企业的形象代表。

在今天商品经济高度发达的条件下，品牌效应已经越来越受到各国企业的重视，品牌的使用已经给商品的生产者带来了巨大的经济效益，激发着消费者的购买欲望。选择知名的品牌，对于消费者而言无疑是一种省事、可靠又减少风险的方法。

品牌以质量取胜，品牌常附有文化、情感内涵，所以品牌给产品增加了附加值。我们可以看一看著名饮料企业可口可乐的例子：可口可乐公司 1999 年的销售总额为 90 亿美元，其利润率为 30%，利润为 27 亿美元，除去 5% 由资产投资带来的利润，其余 22.5 亿美元均为品牌为企业带来的高额利润，由此可见品牌特别是名牌给企业带来了很大的收益，而品牌作为无形资产，已得到了人们广泛的认可。

随着市场的发展，越来越多的国外品牌涌入中国市场中，诸如时尚品牌，路易威登、爱马仕、阿玛尼、迪奥、香奈儿等，还有汽车品牌奔驰、宝马、凌志、本田等，电脑品牌 IBM、苹果、戴尔、东芝等等，遍及工作生活的方方面面，很多人如数家珍，非品牌不买，哪怕同样的产

品，品牌的贵很多，很多消费者都会心甘情愿地掏钱。品牌为何能产生这么大的影响力呢？那什么样的产品才能够成为品牌呢？

如果能让企业的产品成为品牌，必须具备两点：

1. 消费者对品牌的认知度与忠诚度非常高

在品牌时代，消费者选择某个产品的原因已经不是产品本身，而是基于品牌形象所传达出来的附加值，这种附加值会让消费者非常忠诚。例如人们对麦当劳、肯德基的快乐生活形象的认同和忠诚；还有很多人买汽车时可能有几种品牌选择：奔驰、沃尔沃、桑塔纳、本田。每种汽车品牌都代表了不同的特性、不同的文化背景、不同的设计理念和不同的消费群，那消费者就可以根据自己的特定需求，依据产品的特性进行自己的选择。

2. 商品达到差异化

差异化是商品在激烈竞争中脱颖而出，并赢得市场的一大法宝。通过赋予商品差异化、稀缺化的特点，让品牌获得更高的价值。例如在设计上花工夫、在品质上更讲究，增加商品的时尚性等，让商品在消费者心目中获得更大的优越感和满足感，就会让商品获得品牌效应。

由于需求的变更和竞争的推动，除了少数产品，大多数产品不会长久地被消费者接受。一般而言，产品都有一个生命周期，会经历从投放市场到被淘汰退出市场的整个过程，包括投入、成长、成熟和衰退四个阶段。但是品牌却不同，它有可能超越生命周期。一个品牌一旦拥有广大的忠诚顾客，其领导地位就可以经久不变，即使其产品已历经改良和替换。

企业设计品牌，创立品牌，培养品牌的目的是希望此品牌能变为名牌，于是在产品质量上下工夫，在售后服务上做努力。同时品牌代表企业，企业从长远发展的角度必须从产品质量上下工夫，特别是名牌产品、名牌企业。于是品牌特别是知名品牌就代表了一类产品的质量档次，代

表示了企业的信誉。比如“海尔”，作为家电品牌，人们提到优质“海尔”就会联想到海尔家电的高质量，海尔的优质售后服务及海尔人为消费者着想的动人画面。再如“耐克”作为运动鞋的世界知名品牌，其人性化的设计、高科技的原料、高质量的产品为人们所共睹。“耐克”代表的是企业的信誉、产品的质量品牌——企业竞争的武器。

树品牌、创名牌是企业市场竞争的条件下逐渐形成的共识，人们希望通过品牌对产品、企业加以区别，通过品牌形成品牌追随，通过品牌扩展市场。品牌的创立，名牌的形成正好能帮助企业实现上述目的，使品牌成为企业的有力的竞争武器。

品牌，特别是名牌的出现，使用户形成了一定程度的忠诚度、信任度、追随度，由此使企业在与对手竞争中拥有了后盾基础。品牌还可以利用其市场扩展的能力，带动企业进入新市场；带动新产品打入市场；品牌可以利用品牌资本运营的能力，通过一定的形式如特许经营、合同管理等形式进行企业的扩张。总之，品牌作为市场竞争的武器常常带来意想不到的效果。

趣味经济学小常识

品牌是给拥有者带来溢价、产生增值的一种无形的资产，它的载体是用以和其他竞争者的产品或劳务相区分的名称、术语、象征、记号或者设计及其组合，增值的源泉来自于消费者心中形成的关于其载体的印象。

低成本激励

我们每个人都是有惰性的，在工作了一段时间后都会感到疲乏，有时候会不想工作，或者工作的效率变得很低。为了能使员工更加努力地工作，管理者都会采取一些措施来提高员工的积极性以激励员工更好地工作。

在全球遭受经济危机的今天，低成本的激励方式更加受到企业管理者的青睐。那有什么样的低成本激励员工的方法呢？

1.信任激励

如果一个人对你非常信任，你会有一种什么感觉呢？没错，你会觉得自己被人尊重了，意识到了自己的重要性则会更加有动力去完成任务，更加愿意承担责任，这就是人微妙的心理变化。所以，信任是一种很重要的激励手段。

松下幸之助说：“激发部下发愤图强的工作秘诀，就是信赖部下，让他们自主自发地去工作。当然，这并不意味着对部下不闻不问。作为管理者，该说的话还是要说，但必须注意说话方式，以免在批评时伤害部下的自尊心。这是我在长期的实践中感悟到的一点儿心得。”他首创了电话管理术，经常给下属，包括新员工打电话。每次他也没有交代什么特别重要的事情，只是问问员工的近况如何。当下属回答说还算顺利时，松下就说好好加油。这样使接到电话的下属感到总裁对自己的信任和看重，精神为之一振。松下电器的许多员工在信任的激励作用下，勤奋工作，逐步成长为独当一面的人才。信任也许不能让员工为了企业的事情

出生入死，但却能让员工为了企业的事业全力以赴，信任能增进团队之间的协作力，让团队制造奇迹，信任能提高员工的工作效率，节约管理成本。

2. 授权激励

管理的职责是引导而非身体力行，大胆地把下属能干的工作交给他去干，这不仅能够减轻领导的负担，还能够激发员工的工作热情。事实说明优秀的管理者都是善于授权的人。那么什么是授权呢？简单地说，授权就是上级把组织的部分或全部权力授予下级。换句话说，授权就是拥有权限的上级，不但给予下属一定的任务和由他们参加设立明确的目标，而且要授予他们推行目标所需要的应有权限。

一个成功的管理者应该做到独揽大权，但是对小权应该分散给部下。换句话说，绝对不可以把权力集中在自己身上，事必躬亲的做法是不可取的。无数的例子证明，现代领导取得成功的一项管理要素就是，管理者适时适度地把权力授予部下，并且妥善地分配工作，但是不能缺少有效的指导和控制，给予下属一定的自主权、自决权和行动权，以达到激励员工的作用。

3. 考评激励

有一种低成本的激励方法就是对企业管理人员实行任期制、年度考评制、坚持能者上庸者下的原则。这种制度的好处有三个：一是体现动态管理的理念，有利于提高员工的责任心、上进心；二是使没有发挥出应有水平的员工通过竞争得到自然淘汰；三是有利于有能力的员工脱颖而出。另外，此法还可以保证权力不会长期集中在一个无能的管理者手中。

麦肯锡的“UPOROUT”通过任期考评的人才激励机制就很有代表性，一旦进入麦肯锡公司，人员的晋升与出局有严格的规定：从一般分析员做起，必须经过2年左右的考核合格才能升为高级咨询员，之后再

经过2年左右的考核后才有资格提升为资深项目经理，而这是晋升董事的前身。此后，再通过专业的业绩审核可升为董事。所以，一个勤奋、有业绩的普通员工可以在6~7年里做到麦肯锡董事。但是在他每一个晋升的阶段，如果业绩考核并未达到要求，就要被辞退。

当然，在晋升考核中不仅要看业绩，还要看他所在团队的领导力。因此，在麦肯锡，所有的员工获得的机会都是公平的，但只有勤奋才能有机会晋升，这就达到了很好的激励作用。作为全球的咨询公司，麦肯锡现在有700多位董事，即合伙人。毫无疑问，他们是麦肯锡最优秀的员工，也是麦肯锡的管理者和老板。但这并不意味着他们具有终生在麦肯锡工作的保障。每年麦肯锡都会从700多名合伙人中轮流选出十几位合伙人组成评审小组，对各位合伙人的业绩进行考查，如果未达到要求，同样要被请出局。

4. 荣誉激励

荣誉激励是一种终极的激励手段，主要是把工作成绩与晋级、提升、选模范、评先进联系起来，以一定的形式或名义标定下来，其主要方法是表扬、奖励、经验介绍等。马斯洛的需要层次理论也阐述了个人自我实现的需要是个人最高层次的需要，而给予荣誉则是对个人自我实现的认可。

华为就是一个通过给予荣誉而激励员工的典型。华为各种各样的奖励应接不暇，但是公司还成立了一个荣誉会，专门负责对员工进行考核、评奖。只要员工在某方面有进步就可以得到一定的奖励，华为的荣誉奖有一个特点：就是面广人多，所以员工很容易在毫无察觉的情况下得知自己获得了公司的某种奖励。只要你有自己的特点，工作有自己的业绩，就能得到一个荣誉奖。

当然，除了这几种激励方法外，还有培训、关心祝福等激励方法，这就需要企业管理者根据自身条件和具体情况来选择！

趣味经济学小常识

激励就是当外界环境变化时，人们在重新比较成本和收益之后，会相应改变自己的行为，这些促使人们改变行为的因素就是激励。激励有低成本，也有低成本。

第七章

营销经济学

为什么商家纷纷推出买二送一的活动？为什么菜农会遭遇丰产不丰收的困境？为什么北京、上海、广州等地的车展上美女车模们会出尽风头？为什么“今年过节不收礼，收礼只收脑白金”的恶俗广告会让商家赚大钱？为什么商家在开业的时候会雇人在门前排队？为什么商家会打出最后三天狂甩的广告？为什么商家喜欢找名人做代言人？其实，这就是营销！

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

为什么商家推出“买二送一”

“全球通”在广州市区推出了“免费频道”服务，由移动公司提供网络支持，由广告公司、商家和移动电话客户共同参与，共同受益。具体内容是：移动用户需在自己的手机上拨打“免费频道”号码，仔细听完系统播放的信息（广告），回答相关简单的问题，就可获一定数额的话费。真可谓超级整合，超级捆绑。消费者由被动变主动，在“话费”的“驱使”下，热情空前高涨。为回答商家的问题，对广告自然认真收听，效果不同凡响。利用电信这条超级绳索，把商家和消费者紧紧地“绑”在了一起。

不知从什么时候起，捆绑销售已悄悄地侵入我们的生活，而且蔚然成风，大有愈演愈烈之势。大至买楼房送车位、买大件家电送电饭锅，小至买手机送话费，买酸奶“二送一”，甚至买支牙膏也送个钥匙圈。问商家不要赠品能否减些价？商家回答：不要可以，但不减价。

美国的约翰逊黑人化妆品公司总经理约翰逊是一个知名度很高的企业家。可是，当初他创业时，也曾为产品的销售伤透了脑筋。那时，约翰逊经营着一个很小的黑人化妆品公司，因为黑人化妆品市场的总体销售份额并不大，而且，当时美国有一家最大的黑人化妆品制造商弗雷公司，几乎垄断了这个市场。经过很长时间的考虑，约翰逊提出了一句措辞非常巧妙的广告语：“当你用过弗雷公司的化妆品后，再擦一次约翰逊的粉质膏，将会得到意想不到的效果。”约翰逊的这一招的确高明，不仅没有引起弗雷公司的戒备，而且使消费者很自然地接受了他的产品，

达到了事半功倍的效果。因为他当时主推的只有一种产品，凡是用佛雷公司化妆品的黑人，大都不会在乎再增加一种对自己确实有好处的化妆品。

随着粉质化妆膏销量的大幅度上升，约翰逊抓住了这一有利时机迅速扩大市场占有率。为了强化约翰逊化妆品在黑人化妆品市场上的地位，他同时还加速了产品开发，连续推出了能够改善黑人头发干燥、缺乏亮度的“黑发润丝精”、“卷发喷雾剂”等一系列产品。经过几年的努力，约翰逊系列化妆品占领了绝大部分美国黑人化妆品市场。

捆绑实际上是资源的再次创新与整合，是在原有资源的基础上，创造出一种更有力度的模式，更利于消费者对信息的接受与处理，甚至变被动为主动。如果进行科学规划，对相关品牌进行整合，那么，这样的科学捆绑也许可以创造奇迹。

捆绑销售方式确实给商家带来了好处，其实，很多时候也给消费者带来了实惠。但目前市场上的“捆绑销售”还不够大气，只能算是小打小闹。甚至是两种商品的简单叠加，在手机市场上居然发现买手机可以送饼干，真是风马牛不相及。这些方式并未实现“捆绑销售”的最大价值。

捆绑销售是共生营销的一种形式，是指两个或两个以上的产品或公司在促销过程中进行合作，以此来扩大它们的影响力，它作为一种新型营销模式，正逐步被越来越多的企业所重视和运用。捆绑销售之所以会成为一种流行的营销策略，主要基于以下几项优势：

1.增强企业抗风险力

通过企业间分工合作、优势互补，以虚拟的组织模式变“零散弱小的船只”为强大的“航空母舰”。

2.提高了服务的层次

通过与其他企业共享销售队伍，提高了产品的差异性，增强了顾客

的忠实度。

3.提升品牌的相互形象

弱势企业和强势企业的联合捆绑，会使自己的产品和品牌在消费者心中的知名度得以提高，强势企业则可以使自己的产品和服务更加完美。

4.可逼近帕累托最优

意大利经济学家帕累托认为：如果改变资源的配置已经不可能在不损害任何一个人利益的前提下，而使任何一个人的处境变得比以前要更好，这就意味着社会资源的配置达到了最好状态。然而，事实证明，不是所有企业的产品和服务都能随意地“捆绑”在一起。捆绑销售要达到“1+1>2”的效果，完全取决于捆绑在一起的双方能否协调和相互促进。

那么，怎样才能更好地运用捆绑销售呢？

1.估计捆绑销售的成本和收益

因为这需要付出额外的成本费用，同时，也可以获得比单独销售更高的额外收益。所以，只有当额外的收益大于额外的成本时，捆绑销售方案才可行。

2.选择恰当的联合捆绑时机

一般而言，处于快速成长和产品畅销的市场形势中，企业产品是不存在销售困难的，只有那些结构变革和竞争激烈的产业领域，共同体的捆绑形式才有利于达到增强竞争力，实现捆绑各方的“共赢”。

3.确定合适的捆绑产品

企业应该选择那些互补性较强的产品，在某些特定的情况下，也可以选择彼此独立的产品，但不能是彼此竞争的替代性产品。如 2000 年夏季，可口可乐和北京大家宝薯片的“绝妙搭配好滋味”就是很好的互补品。

4.考察各方核心优势和资源

只有在科研、生产、管理、营销、服务等方面拥有核心优势，才能

成为联合对象。

5.重视企业间的合作诚意和资信

捆绑销售中容易被忽视但却非常关键的是合作伙伴的诚意和资信。
良好的企业信誉和诚意的合作能弥补某些方面的不足。

趣味经济学小常识

捆绑销售不是倾销，也不是折价销售，我们应该把捆绑销售看成一种宣传和促销等多种因素集合在一起的全新系统，目的是节省资源、提高效率。

广告经济学

从最早的广告宣传品酒旗，到后来的幌子、招牌，直到现在生活中的大大小小、形形色色、铺天盖地的广告，可以说，当今社会广告无处不在，拿着遥控器左右换台都会有广告，走出屋子，防盗门上插着药品宣传广告；楼道楼梯上还贴着修锁、搬家公司的广告；大街上会有人发房产、家电或某个培训班招生等类似的广告……如此看来，广告真是够“广”的。

尽管有些人不喜欢广告，但是平心而论，广告是商业社会的产物，也是生活所必需的，是连接企业和大众的纽带，使企业产品可以满足大众的需求、改善大众的生活。其实广告一直都在发挥着巨大功效，给企业带来了巨大的收益。

信息经济学的概念是由经济学家约瑟夫·斯蒂格利茨提出的，他认为，广告要达到的目的是带来大于投入成本的收益，是为了让消费者了解有关质量与价格的信息。企业希望通过广告改变消费者偏好，使需求曲线弹性变小，在价格不变的条件下扩大销量。也可以说，广告是商家的替代品，商家打广告，就在于培养消费者对产品的喜好度和忠诚度，使得无论价格怎样变动，购买量都不受其影响。

那么一个企业怎么才能把自己的广告做好呢？我们要想打造一个让消费者过目不忘、记忆深刻、让消费者一看就充满购买冲动的好广告，其中暗藏着许多玄机：

1. 广告展现的重点不是产品卖点，而是消费者买点

消费者只会对与自己切身利益相关或者自己需要的产品感兴趣。要想让消费者购买自己的产品，就要将广告的出发点站在消费者一边。现代营销也越来越讲究沟通，讲究与消费者的互动。但非常可惜的是，在现实生活中，许多广告创造者明明知道这一趋势，知道广告本是极致反映这种沟通互动的载体，却仍然坚持着自我本位、产品本位，无舍无弃的固守着“王婆卖瓜自卖自夸”的原则。显然，广告只关注自己的产品、只展示自己而不是推销自己的策略是行不通的。因为，只有你真正了解自己的消费者需要什么，并把他们那种需求，在结合自己产品卖点、竞争对手诉求的基础上，上升为消费者买点的再现，你才能真正打动大多数的目标受众。

我们在结合消费者的买点进行广告推销时应该注意到几点：

第一，寻找最能打动目标消费者的产品诉求。如果这种诉求已经被对手把持，并正进行得火热，那就退而求其次，将目标受众心中的第二需求点挖掘出来，作为主打诉求点。否则，你就仍然可以将前述的最符合受众内心渴求的东西，变一种方式喊出来。

第二，最能与对手形成差异的广告诉求。广告就要杜绝中性。因为

中性的广告也许极具亲和力，但是中性就意味着自己和芸芸众生差不多。如此，自然就难以引起目标消费者的注意。显然，广告首先讲究的就是注意力、刺激力。

第三，广告诉求内容，具有能满足对手所不能满足的东西。一旦你的产品具有对手所不具有，而目标消费者又大多需要的东西，你就应该大声地喊出来；或者说对手也具有，但并没有得到足够重视的东西，同样，你也不能吝啬口水。为自己的顾客提供对手所不能满足的需求，你就能将他们所不能满足的那部分客户挖过来，成为自己的“衣食父母”。

2. 营造一种长期氛围

在我们的生活中，经常会发生“谎话说一千遍就会变成真话”的事情。如果说一次不信，再次说不信，那么再说第三次、第四次，第五次……到最后听话者对这句话的判断已经从理性的逻辑分析变为条件反射式的接受，自然而然地承认这句话的合法性，而不会再去深究到底这句话有没有现实可能或者合不合理。为什么会这样？因为各种类型“言传身教”的效果是诱导、刺激、暗示、促发等等。这对广告而言具有很高的利用价值。广告的目的就是为了销售，假如自始至终的热销气氛能够得以贯彻和维系，势必就会影响乃至左右消费者的消费意愿。所以，当广告铺天盖地、充斥了顾客的各个生存间隙，顾客对这则广告的信任度肯定就会上升了。

3. 维系富有效果的创意

在房地产销售中有这样一个故事：一个弱势楼盘，在销售早期并未注意广告的效益，没有一个完整的广告公关策略，也没有一个醒目的广告，以至于在头两个月里仅卖出了6套房子。后来，这家楼盘的决策者因痛思变，在专业顾问力量的参与之下，确定了自始至终营造旺销氛围的策略。自第一期的广告发布出去后，该楼盘的销售情况便得到了明显的改观，在后面的两个月内，每天都在以平均两套多的速度出房，形成

了真正的旺销。但是，由于某些具体原因，这种富有效果的创意主旨并没能得到很好的维系，慢慢又变回了以前非常中性的广告形式。此时的销售状况又迅速跌到谷底，销售量大大缩水。这时决策者才发现，消费者对于一个产品的了解大多数来自于广告而并非对产品的直接体验。因此，将富有效果的广告创意一直维系下去，甚至比直接提高产品质量更能吸引消费者。

4. 巧妙运用广告语，勾住顾客的心

新奇感会吸引人的注意力，从而激发兴趣，增强记忆。中国的语言文字博大精深，通过具有新奇感的广告用语来吸引消费者注意力，是一个抓住顾客的心心的很好方法。亲亲八宝粥——亲亲八宝粥，口服心服。阿里山瓜子——阿里山瓜子，一嗑就开心。中华牙膏——40 年风尘岁月，中华在我心中。以上的几则广告用语，都运用了双关的手法。“服”既指口服、吃，又能指信任、喜爱。“开心”既指瓜子容易磕开，又指顾客吃了瓜子就能心情愉快。“中华”既是中华民族，又是“中华牙膏”这个产品。这些一词多义的意义突破了消费者通常的思维定势，让广告语一出即让人出乎意料，风趣幽默，增强了广告的冲击力和感染力，让人很容易就记住了。

趣味经济学小常识

商业广告是指以盈利为目的的广告，通常是商品生产者、经营者和消费者之间沟通信息的重要手段，或者企业占领市场、推销产品、提高劳务的重要形式，商业广告的主要目的是扩大经济效益。

菜农丰产不丰收的困境

2004 年 11 月，大白菜丰收，河北固安的大白菜的收购价低到了 1 分钱 1 斤，许多大白菜烂在地里都没有人管，甚至出现了用大白菜喂羊、喂鹅的现象。那时，蔬菜批发市场上大白菜的批发价是 7 分钱 1 斤，最低是 4 分钱 1 斤，创下了六七年以来的最低价。2004 年以后，许多农民都不再种白菜了，结果，2005 年的白菜价格一路飞涨。这一情况的出现又让菜农们开始在 2006 年大量种植大白菜，因此又发生了像 2004 年大白菜价格走低那样的情形。

大白菜丰收了，菜农的收入应当会更高一点，但因为丰收，大白菜的产量急剧增加，进而导致供给快速上升，超出了需求量，因此，大白菜价格就会下降，菜农的收入反而降低了，这是由于农业生产周期性所致。因为农产品的运输、加工等特殊问题，农产品通常都无法存放太长的时间。如此一来，在进行市场交易的时候，就对菜农形成了天然的讨价还价的劣势。

许多消费者会这样想：“反正你必定会急着卖出去，不然就会坏掉。你卖出心切。”因此，消费者就会利用这种心理来拼命地压低价格。而在供给量相对过剩的情形下，农民实现交易的要求便会更加迫切，那么价格就会被压得更低。

有关过剩的解释，在经济学上有这样两个概念，绝对过剩以及相对过剩。绝对过剩是指生产出来的东西在让每个需要它的人的需求都得到最大的满足以后，还有剩余。相对过剩是指某种商品的过剩是相对于一

定的时间与空间来说的，是相对于人们的购买能力而出现的过剩，即社会的供给超出了具有购买能力的人的需求，而同时，还有很多买不起这种商品的人存在。绝对过剩是以社会生产力的高度发达为基础的，是很难出现的，而相对过剩则是经常出现的事情。不管是发达国家，还是发展中国家，都存在相对过剩的现象。而相对过剩的发生在某一行业中还具有一定的周期性。从生产者的长远经济利益出发，相对过剩的商品不适合无偿分给那些无购买能力的人群。

就拿大白菜来说，尽管 2006 年的价格远低于 2005 年，可是居民的消费需求并未随着白菜价格的下降而增加。由于价格下跌太大，而需求并不能以相应的比例增加，农民们难以通过薄利多销的方式来增加或者保持原先的收入水平。

这种现象说明市场经济并非十全十美，它的调节经济的自发性与滞后性是其内在缺陷。经济学里的蛛网理论就揭示了这一点。

蛛网理论是运用弹性理论来考察价格波动对下个周期产量的影响，和由于对下个周期的产量的影响而产生的均衡价格的变动。引入时间这一重要因素，从动态变化的角度进行分析，需求和供给的变动由于价格和产量的连续变动用图形表示犹如蛛网，因此被人们命名为蛛网理论。

蛛网理论认为，当供求决定价格、价格引导生产的时候，便会出现一种周期性波动。比如，某一产品在第一期供小于求时，价格上涨，第二期必然会增加产量，价格下降。因为第二期价格下跌，产量减少，导致价格上涨。

从这种蛛网型波动中，我们得到了这样一个启示：不能让农民单独面向市场，他们没有足够的力量像大企业般作出较准确的市场预测，并在某种程度上能控制市场或承担市场风险。



趣味经济学小常识

经济学家们把农产品频频陷入丰产却不增收的怪圈现象叫做丰收悖论，它是指农民在丰收年获得的收入比平常年甚至歉收年还要低的一种矛盾现象。这种现象出现的根本原因就是农产品的需求弹性低与生产周期长。

机会越少价值就越高

一般而言，当一样东西非常稀少或开始变得稀少起来的时候，它就会变得更有价值。短缺原理简单地说，就是“机会越少，价值就越高”。一种本来我们没有多大兴趣的东西，仅仅因为正在迅速变得越来越难得到，马上引起了我们的注意。平时会让一样东西成为垃圾的缺陷，在某些情况下也可能会让这样东西变得很罕见的时候，反而造就了一件珍品。

我们就拿收藏业为例来说明“短缺原理”。收藏家们最能敏锐地意识到决定某个东西的价值时短缺原理所起到的作用，不管他们感兴趣的是什么收藏品。存在于收藏界的“珍稀错误”现象就特别能说明稀缺的重要性。有时带有瑕疵的藏品，比如印刷模糊的邮票或印刷错误的钱币，会比那些没有瑕疵的藏品价值更高，因为这些瑕疵藏品太短缺了。在国内外的一些古董行里，商家总是说自己的古董是唯一的，其实也是要创造短缺效应，从而造成物以稀为贵的处境。

可能会失去某种东西的想法在人们的决策过程中发挥着重要的作用。实际上，害怕失去某种东西的想法比希望得到同等价值东西的想法对人

们的激励作用更大。这也是短缺原理能够发挥作用的原因所在。由于短缺原理在确定事物价值的时候起到的巨大作用，那些让人顺从的行家们为了自己的利益而使用这一原理就最自然不过了。这里有两种运用的策略：“数量有限”和“截止时间”。

在应用“数量有限”策略时，商家通常会告诉顾客某种商品供应紧张，不能保证一直有货。比如，他们会说：“这种空调只剩下两台了，其中一台已经被人预订了。下次来货还不确定是什么时候。”“这种引擎的敞篷车不超过5辆了，卖完就没有了，因为厂家不再生产了。”这些数量有限的信息有时候是真的，但很多时候则是完全骗人的。然而不论是哪种情况，其用意都是一样的，那就是让顾客相信这种东西不可多得，从而提高它在顾客心目中的价值。有很多把这一策略运用得出神入化的商人，让别人不能不对他佩服。

与“数量有限”相关的策略则是“截止日期”策略，也就是对顾客获得某种商品的机会加以时间上的限制。人们经常会发现自己做了原本没有什么兴趣的事，其原因只是做这件事的机会越来越少。那些精明的商人就是利用人们的这种心理倾向来赚钱。他们通过设定一个截止日期并公布于众，来激发出顾客前所未有的兴趣。曾经有一家电影公司做过一个言简意赅的广告，这个短短的广告竟然有3次用到了短缺原理：“独家放映、预订数量有限、放映即将结束！”

不仅是营销或推销领域，在其他很多地方短缺原理都可以得到应用，其中比较有代表性的就是谈判。不过在谈判领域，短缺原理又被赋予了新的内容。

当人们的自由选择受到限制或威胁时，维护这种自由的愿望就会使我们更想拥有这种自由（以及与之相关的商品和服务）。因此，当越来越严重的短缺或其他因素使我们不能像以前一样自由地获得自己想要的东西时，我们就会通过更卓绝的努力对这种妨碍做出反抗。这是短缺原理

在谈判领域的新发展。

类似事件就是联想集团收购 IBM 个人电脑事业部。由于 IBM 创造了多个潜在的买家，因此，联想集团为了确保自己成为最后成功的收购者，给出的价格已经远远高出了所有其他潜在买家的出价。不知道联想集团的董事会是否从这次昂贵的学费中学到一些决定人们行为的本质原理。

当某种东西变得短缺时不仅会让我们更想得到它，而且当我们必须通过竞争才有可能得到它时，我们想得到它的愿望就会更强烈。这一短缺原理不仅能在谈判中加以应用，同样也可以应用在其他各种领域。

趣味经济学小常识

物以稀为贵，机会越少，价值就越高。当一样东西非常稀少或开始变得稀少起来时，它会变得更有价值。短缺会对人们的行为造成全面的影响，害怕失去某种东西的想法比希望得到同等价值东西的想法对人们的激励作用更大。所以，学会制造“短缺”的假象，会极大地影响对方的行为。

为什么你购物总会超出预算

小陈原本只打算买一瓶护肤液，到了化妆品店后，销售员热情地招待了她。小陈挑了一瓶护肤液，付了钱，然后准备离开。这时，她看到一幅条幅，上面写着二楼电器城正在促销。心里一动，她上了二楼的电器城。看到让人眼花缭乱的电器，小陈突然想起自己一直想买个带钟表

功能的收音机。于是她走向卖收音机的柜台。远远的，那个店员就迎了上来，微笑着开口：“您好，这边请，请问您需要点儿什么？”

小陈礼貌地回应道：“您好！您这里有带钟表功能的收音机吗？”

“请您跟我来，小姐，出于好奇，可以允许我问您一个问题吗？”店员边带路边说。

小陈说：“当然可以，请问。”

店员说：“怎么想到要买一个带钟表功能的收音机呢？”

小陈说：“哦，我刚搬到附近的公寓，屋子里很空，早上想要有个闹钟叫我起床。”

店员笑着把她带到了卖收音机的柜台前。她认真地挑了一款，然后店员跟她说：“您看，您平时上班挺累，回到家也需要休闲一下。我们的新款宽屏液晶电视最近正在做促销，现在买超值，要不要来一台呢？”

当然，这的确是个不错的选择，她刚搬到这里，公寓里空荡荡的，如果有台电视倒是不错的事情。小陈心想，反正已经来了，不如就顺便看看好了。

于是，小陈就回答说：“那好，我先看看你们这儿有什么款式，价位如何？”随后，店员还趁机向她推荐了别的产品，如CD机，微波炉、加湿器、无绳电话等。

最后，小陈原本只想买一瓶护肤液，结果却还买了一台收音机、一台液晶电视以及一个微波炉。这一切都是源于销售员成功的启发式销售。

启发式销售就是销售人员提醒客户购买与他已购买的商品相关的商品，使客户购买更多的商品。启发式销售的途径有：

1.通过量大优惠告诉客户，如果多买一些，可以给予某种优惠，如价格折扣、提供新的服务项目等。

2.利用许多产品具有相关关系的特点，建议购买相关产品。客户在购买一种产品时，要充分发挥商品的功能，客观上还需要其他商品，然

后把客户需要的这些商品一同推荐。如出售电视机时可以向客户推荐电视天线等。

3.有时客户拿不定主意该买多少，这时销售人员可以建议客户购买足够量的产品。

4.建议客户购买能保护所购产品经久耐用、发挥其功能，保证其不受损失等的辅助产品。

5.当有新的产品上市时，并且这种新产品可以更好地满足客户需要时，销售人员就要不失时机地向客户推荐新产品。

6.大部分客户都会多掏点钱买质量更优、价值更高的商品，因此可以根据客户的购买能力建议购买高档产品。

要想运用好启发式销售，我们还应学会引导和鼓励客户谈话，引导和鼓励客户谈话的方式常用到的有如下几个步骤：

1.巧妙提问。由于各种原因，有些客户常常不愿意主动透露相关信息，这时如果仅只有销售人员一个人在唱独角戏，那沟通就会显得非常冷清和单调，并且通常都会没有结果。为了避免冷场并使整个沟通实现良好的互动，销售人员可以通过适当的提问来引导客户敞开心扉。销售人员可以通过各种开放式提问使客户更畅快地表达内心的需求。

2.准确核实。客户在谈话过程中会透露出一定的信息，销售人员要善于从这些信息中挑出起着至关重要作用的信息。对于这些重要信息，销售人员应该在后面的谈话中进行核实。这样既可以避免遗漏或误解客户意见，及时有效地找到解决问题的最佳办法；另一方面，客户也会高兴你细心倾听。需要注意的是，准确核实并不是简单的重复，它需要讲究一定的技巧，否则就难以达到预期的目的。

3.及时回应。在与客户沟通的过程中，要及时回应客户的话，以激发客户继续说下去的兴趣。

4.其他沟通手段的配合。

除了上述方式，其他沟通手段的配合也可以使客户受到鼓励。比如，体贴的微笑、热情的眼神或适当的表情等。

在使用这一方法时，应注意以下几点：

- 1.不要当客户还在考虑第一件商品的购买时，就向他建议购买新的商品。
- 2.不要完全以一个局外人的角度向客户销售产品，只有想客户之所想，才能完美地完成销售。
- 3.尽量在允许的情况下做一下产品示范，让客户买得放心。
- 4.不要漫无目的地向客户随意推销产品。

趣味经济学小常识

销售人员在运用启发式销售方法时，要站在客户的立场上，为客户着想。了解客户的需求和要求，使用启发式销售就能成功。

最恶心的广告却最赚钱

如果有人问你看过的最恶俗的广告是什么，你十有八九会说“今年过年不收礼，收礼还收脑白金”。有趣的是，就靠着这在网上被传为“第一恶俗”的广告，脑白金创下了几十个亿的销售额，在2001年，更是每月平均销售额高达2亿，曾经倒掉的“巨人”史玉柱也因此重新站了起来！

一则被网民称为最恶心的广告，为什么能取得如此巨大的销售业绩呢？其奥妙就在于重复能加强记忆。

刘易斯·卡罗尔的《猎鲨》中有这么一句：“我已经说过三遍了，无论什么，只要我说过三遍，就是真的！”这用来描述广告的投放效果似乎也很合适。脑白金绝对是认识到了这一点，极有魄力地一年就在广告上甩出十几亿，一时间全国各大电视台，每天都是铺天盖地的“收礼还收脑白金”。

或许你会发出这样的疑惑：同一个产品，在不同的频道都安排了广告，而且是早上播，中午播，晚上播，密度很大。这不是浪费吗？其实你的担心是多余的，这正是脑白金的成功之处：狂轰滥炸式地向大众灌输自己产品的形象，虽然观众一次记不住，但次数多了，观众自然就记住了；记住了，等到真的要买礼物送人的时候，自然就想到了脑白金。

这种对越熟悉的东西越喜欢的现象，经济学上称为“重复效应”。重复效应不仅仅是在经济学实验中才出现。在生活中，我们也常常能发现这种现象。如果你细心观察就会发现，那些人缘好的人，往往将这种“重复效应”发挥得淋漓尽致：他们善于制造双方接触的机会，从而提高彼此间的熟悉度，互相产生更强的吸引力。

有人曾经做过这样的试验：在大学里随机找几个寝室，发给学生们不同口味的饮料，然后要求这几个寝室的女生可以以品尝饮料为理由，在这些寝室间互相走动，但见面时不得交谈。一段时间后，心理学家评估她们之间的熟悉和喜欢的程度，结果发现：见面的次数越多，互相喜欢的程度越大；见面的次数越少或根本没有，相互喜欢的程度也较低。由此可见，如果你想成功地推销自己，让自己拥有好人缘，就一定要争取次数多地出现在你的“目标”面前，即使只是露个脸，借本书。在这些细节的来来往往中，就无形中提高了自己的人际吸引力。

看看身边，经常与人聊天，拉拉家常，带点小礼物的同事，是不是人缘要好许多？经常在领导身边出现的人，是不是往往比较讨领导欢心？当然，不是鼓励溜须拍马，露脸也要讲技巧，比如吃饭时的礼貌招呼、

电梯里的寒暄问候、会议上的相视一笑、某次活动中的出色表现……只要你不低头走过，就是一个良好的开端。

可能有人还会担心：天天在人家面前晃悠，脸皮也太厚了吧？时间长了人家会烦你的。其实有这种担心的朋友对人的心理把握还很欠缺。

我们再回过头来看本文之初提到的脑白金广告：按理来说，全国人民都说这则广告恶俗不堪，厂家如果脸皮薄一点儿，这则广告一定是不能继续用了。可是实际上我们看到的是，广告的画面不断变着花样，可是广告词还是那两句——“今年过年不收礼呀，收礼还收脑白金。”而这则广告还是源源不断地为企业带来销售利润。你能说这是因为厂家“脸皮厚”吗？即使真的就是脸皮厚，那实际上它也应该是优秀的心理素质的代名词。

趣味经济学小常识

广告专家艾尔文·阿肯保姆曾在1977年提出了有效展示的概念，指出广告展示存在一个下限，低于这个下限，广告信息与消费者就无法建立牢固的联系，广告就会浪费。研究同时发现，同样的广告播放多次会增加20%~200%的记住率。特别对于消费者低参与度的产品，广告展示的频次更高才能达到诱发购买的目标。

明星示范效应

一天，某明星应邀参加某栏目演出，由于特殊原因而迟到了，当主

持人宣布由他出场的时候，他匆忙中才发现自己的裤子上刮破了一个大洞，但来不及多想，他依然充满自信地走上台去。一首歌完毕，他已经完全忘记了自己衣服的状况，专注用心地和观众作着交流和互动，不时地引起台下观众热情的掌声。

最终，让他没有想到的是，演出非常成功，而更让他没有想到的是，他衣服上的洞也成为“粉丝”们的新宠，一些粉丝为了效仿他的服装，还故意将自己最喜爱的衣服剪出破洞。精明的商家瞄准了这个有利的商机，顺应歌迷们的心愿，迅速推出了带着“破洞”的服装，并命名为“乞丐服”于是，一股乞丐服的风暴汹涌而来，一时间，大街小巷上到处都是穿着乞丐服的小青年。

那位明星没有想到自己一次无意的错误，竟能引起如此大的市场波动，而歌迷们更没有想到也不可能知道的是，自己的这种消费时尚竟来源于偶像的一个意外疏忽。由此我们也可以理解，商家高价邀请明星作自己产品代言人的特殊用意了。

示范效应是出于动物的本能（包括高级动物人和普通动物）。比如，猴子喜欢吃桃子，可是它们从来都不会洗桃子。人们找一个小猴子并教会它吃桃子之前先把桃子洗干净再吃。一段时间以后，再把这个小猴子放进猴群，当它吃桃子的时候就会先洗干净再吃，可结果其他猴子不仅不学它的方法，反而还会排斥它。人们又找了一个猴王，教它吃桃子之前先洗干净。之后再把这个猴王放回猴群，这时情况发生了变化：众猴子纷纷效仿，洗完桃子再吃成为了猴子世界的一种时尚标志。人类的示范效应正是根源于这种动物本能，并由社会因素的影响而渐渐演变形成。

如果把示范效应运用到营销当中，其效果往往是惊人的。高跟鞋最早起源于法兰西国王路易十四时期。当时，路易十四因为自己身材矮小，不能在臣民面前充分显示他高贵的气度，就吩咐手下人为他定制了一双高跟鞋。此后，法国贵族男女们纷纷仿效，以至于流传到现在。

现实社会中，这种示范效应比比皆是，时尚消费是永无止境的，没有明星的意外“收获”，就不会有乞丐服的出现。所以，“示范效应”可以当之无愧地被称作消费市场背后一只促进经济发展的“无形的手”。

趣味经济学小常识

“明星”成了通向消费者的桥梁、连接消费者的纽带，是商家促进销售的“法宝”。从经济学的角度讲，其实这些商家利用的是“示范效应”。

心理账户效应

经济学家理查德·萨勒曾经提出这样一个问题：假如你患了一种病，存在 $1/10000$ 的可能性会猝死，目前有一种药吃了之后可以将死亡的可能性降为 0，那么你愿意花多少钱来购买这种药呢？假如你身体非常健康，突然有一家医药公司想寻找一些人来测试其新研发的一种药品，这种药服用之后会让你有 $1/10000$ 的可能性突然猝死，那么你要求医药公司补偿多少钱给你呢？

研究结果显示，许多人都说愿花几百块钱来买药，可是就算医药公司出几万元钱，他们也不愿意参加这种实验。实际上，这就是损失规避心理在发挥作用。生病之后治好病是一种相对不太敏感的获得，而在原本健康的状况下增加死亡的概率，对人们而言却是很难接受的损失。很明显，人们对损失所要求的补偿要远远高于他们乐意为治病所付出的金钱。

我们由此可以得出这样三个原则：

- 1.大部分人在对待获得时习惯于规避风险，即小心谨慎、不愿意冒险。
- 2.大部分人在对待损失时却偏爱风险，即在面对失去的时候会非常不甘心、容易冒险。
- 3.对待损失与获得，人们的敏感程度不一样，损失时的痛苦感要大大超过获得时的快乐感。

同理，相同数目的钱对于同一位消费者来说，在心理上也是不一样的。同样的 100 块钱，是工作赚来的，还是彩票中奖得来的，或在路上捡来的，对消费者而言，应当没有什么区别。但事实却不是这样的。通常而言，人们会将辛苦赚来的钱储存起来舍不得花；假如是一笔意外之财的话，也许很快就会花完。

怎么会出现这样的事情呢？其实，人们对不同来源的钱的看法是不同的。尽管同样是 100 块钱，可是在人们的脑子里，下意识地就分别为不同来源的钱建立了两个不一样的账户，赚来的钱与意外之财是不同的。这就是萨勒提出的心理账户概念的含义。

例如，今晚你准备去听一场音乐会，票价是 200 元，当你即将出发时却发现自己弄丢了刚买的价值 200 元的电话卡。你是不是还会去买票听这场音乐会呢？结果显示，大多数人都说依然会去。但倘若情况改变一下，假设昨天你花了 200 块钱买了一张今晚的音乐会门票，当你即将出发时，突然发现票丢了。你要想听音乐会，就必须得再花 200 块钱买一张票，你还会去听吗？结果是，大多数人都会选择不去听音乐会。

但是，仔细想想，以上这两个回答实际上是自相矛盾的。无论丢的是电话卡还是音乐会门票，总之是丢了价值 200 块钱的东西。从损失的金钱数额上来看是一样的，没理由丢了电话卡之后依然去听，而丢了音乐会门票之后就不去听了。原因就是，人们在意识里将电话卡与音乐会

门票归入了不同的账户内，因此，丢了电话卡不会影响到音乐会门票所在账户的预算与支出，大多数人都依然会选择去听音乐会。可丢失的音乐会门票与后来需要再买的票都被归到了同一账户内，因此看起来就像是要花 400 块钱听一场音乐会了，人们当然会感觉不划算了。

在现实生活中，一些精明的商家就利用这种经济上的心理现象为自己找到了商机。例如，一些银行推出了帮客户制订理财计划的服务。有一家单位的职员，其主要收入是由工资和奖金所构成的，此外，节假日和每个季度还有奖金，他偶尔还炒炒股票赚点儿外快。银行的理财服务就会为他做以下划分：将银行卡里的工资转进零存整取账户中作为固定储蓄，奖金用作日常开销，季度奖金用于购买保险，剩余部分用来支付人情往来，外快则用于旅游休闲。因为事先将这部分钱归入了不同的账户中，所以通常就不会产生挪用的念头。

趣味经济学小常识

2002 年荣获诺贝尔经济学奖的著名心理学家卡尼曼独树一帜地从心理学的角度研究了经济领域的各种现象。卡尼曼认为，人们在作决策时，通常并不会严格核算所获取的真正收益，而是喜欢使用较简便与迅速的评判方式去判断好坏。

环境对消费心理的影响

人们总是在自己的家里、在自己的亲人面前才会感到不受约束，感

觉到自由随意，而在其他场合就会受到拘束，这种因为环境造成的不一样的感觉必然会影响到人们的行为。这样，我们则可以通过环境的改变，对人们的心理造成一定的影响，从而促进他们产生某种倾向，采取某种行为。

对销售而言，客户的满意度是销售员最应该注意的地方，而如何才能让客户更加满意，其实环境也起着很重要的作用。让客户感觉温馨、舒适的环境，会增加客户的归属感，从而使其放松警惕，更容易和销售员拉近心理距离，说出自己的真实想法和需要，并使彼此真诚以对，利于交易的顺利达成；而如果环境很嘈杂、很冷清，就会产生疏远彼此的感觉，使其提高警惕，无法放松，感到拘束，想要逃离，这样对于销售的进行必然会造成负面的影响。

消费者往往都有这样的心理，那就是愿意多花钱享受更好的服务，购买更好的商品。因为好的服务和好的商品能够为其提供更多的舒适和好处，内心的满足会使其心甘情愿地掏腰包。而环境也算是服务中的一个重要环节。这里的环境包括大环境和小环境，大环境指的是进行交易的场所，如在商场、店铺、客户家中、办公室、工厂或者咖啡馆等；小环境则是销售员与客户之间交谈商讨的氛围，如销售员是否积极热情，说话是否得体，举止是否得当等。这些环境有很多是可以控制的，通过人为的因素来主动创造一种更加舒适、更加和谐的环境和氛围，对销售工作会起到一定的促进作用。比如，有的餐厅把用餐的环境设计得十分幽雅、舒适，播放着优美的音乐，服务生干净、英俊，态度热情、礼貌，其目的就是让顾客吃得舒服，吃得开心，下次再来。因此，对环境的设置也是很有必要的，要让客户有一种宾至如归的感觉，使客户感到更多的舒适和自由，使其流连忘返，产生再次享受的欲望。

泰国的东方饭店是一家已有 110 多年历史的世界性的大饭店。而这家饭店这么多年来，几乎天天客满，不提前一个月预定很难有人住的

机会。一个饭店能经营到这种程度，自然有其特殊的经营秘诀。因为饭店对每一个入住的客户都给以最细致入微的关怀和重视，为客户营造了最舒适的、最体贴的环境和氛围，让客户流连忘返。

除了饭店的住宿、餐饮、娱乐等消费的大环境让人倍感舒适和享受以外，具体的服务小环境也是让人倍感温馨和体贴的。比如张先生住进了这家饭店，早上起床出门，就会有服务生迎上来：“早上好，张先生！”不要感到惊讶，因为饭店规定，楼层服务生在头天晚上要背熟每个房间客人的名字。因此他们知道你的名字并不稀奇。当张先生下楼时电梯门一开，等候的服务生就会问：“张先生，用早餐吗？”当张先生走进餐厅，服务生就问：“张先生，要老座位吗？”饭店的电脑里记录着上次张先生坐的座位。菜上来后，如果张先生问服务生问题，服务生每次都会退后一步才回答，以免口水喷到菜。当张先生离开，甚至在若干年后，还会收到饭店寄来的信：“亲爱的张先生。祝您生日快乐！您已经5年没来我们饭店了，我们都非常想念您。”

这样的环境和服务，让客户享受到了最舒适的体验，也受到了最大的重视和关怀。因此，只要来过这里的客户，都会愿意再次光顾。

这就是泰国东方饭店成功的秘诀之所在，对客户给以最大的重视，为其提供最体贴的服务，为其创造最舒爽的环境和氛围，从而紧紧地抓住了客户的心。商家也应该从这方面努力，利用环境的因素，对客户造成一些有利的影响，促使交易朝着正面的方向前进。

环境与氛围对销售起着非常重要的作用。仅仅为消费者提供质量优秀与价格合适的产品是远远不够的，如果没有提供相对应价值的环境与氛围，销售也是很难开展的。

在销售过程中，不能仅仅只是注重硬件的销售，而忽略了软件的销售。优秀的质量与合适的价格等，这些都是影响销售的硬件，而销售的环境与氛围则是影响销售的软件，如：销售公司前台的创意布置、人员

的合理安排、会客厅或会议室的装修与布置，这些都要使其与公司产品的价值相对应；员工的衣着与言谈举止都要进行有针对性的培训，客户访问时，现场环境与氛围要根据客户的性质进行有针对性的临时布置。店铺环境与氛围设计、产品的陈列布置及广告宣传等硬件的信息，都能够让客户看到产品背后的实力以及公司的品位与素质，这对客户最终的消费选择会产生很大影响。

趣味经济学小常识

环境和氛围的设置和创造，也是销售过程中一个十分重要的环节，好的环境和氛围会引导整个销售向着有利的方向发展。

第八章

博弈经济学

为什么两个囚犯都宁愿选择坐牢也不愿意相互配合？为什么买的没有卖的精？为什么在决斗中枪法最好的枪手往往最先死？为什么投资者都信奉“博傻”理论？为什么会出现多劳未必多得的局面？其实，这些都可以用博弈论来解释。

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

著名的囚徒困境

1950年，担任斯坦福大学客座教授的数学家图克给一些心理学家解释他正在研究的完全信息静态博弈问题。为了更形象地说明博弈过程，他用两个犯罪嫌疑人的故事构造了一个博弈模型，即囚徒困境模型。

这一模型的过程具体是这样的：两个共同偷窃的犯罪嫌疑人甲和乙被带进警察局。警方对两名犯罪嫌疑人实行隔离关押，隔离审讯，每个犯罪嫌疑人都无法观察到同伴的选择。

警方怀疑他们合谋作案，但手中并没有掌握确凿证据，于是明确地分别告知两名犯罪嫌疑人：对他们犯罪事实的认定及相应的量刑完全取决于他们自己的供认。如果其中一方与警方合作，供认偷窃之事，而对方抵赖，供认方将不受惩罚，无罪释放，另一方则会被判重刑10年；如果双方都与警方合作共同供认，各被判刑5年；而如果双方都不认罪，因为警察找不到其他证据，则无罪释放。那么，哪一种选择对犯罪嫌疑人更有利呢？

每个犯罪嫌疑人都有两种可供选择的策略：供认或不供认。而且，每个犯罪嫌疑人选择的最优策略不依赖于其同伙的策略选择。如果甲选择抵赖，那么就可能会出现两种情况：如果乙选择供认，那么甲将被加重惩罚，判刑10年，而乙则无罪释放；如果乙也同样选择抵赖，那么他们两个都将因证据不足而被释放。很显然，这第二种结果对于两个人都是最有利的。但是，因为警方没有把两名嫌疑人放在一间囚室里，因而这种合作难以顺利进行，使得结果预测的不确定性加大，或者说增加了

抵赖合作的风险性。

因此，基于人是理性的这一前提，由于犯罪嫌疑人不知道对方的想法，最理性的博弈策略，就是选择供认。这时的策略，我们可以称为占优策略。而如果所有参与人都有占优策略存在，那么博弈将在所有参与人的占优策略的基础上达到均衡，这种均衡称为占优策略均衡。

在囚徒困境中“甲供认，乙供认”的占优策略均衡中，不论所有其他参与人选择什么策略，一个参与人的优势策略都是他的最优策略。不管甲乙两人谁供认，都将得到减轻惩罚的结果：如果甲供认了，乙抵赖，甲将免于惩罚，如果乙也供认了，那么罪名各担一半，从甲个人看来，也减轻了惩罚；甲乙互换位置，结果依然是一样。显然，这一策略一定是所有其他参与人选择某一特定策略时该参与人的占优策略。

有一个要注意的问题是，采用优势策略得到的最坏结果，并不一定比采用另外一个策略得到的最佳结果要好。应该说，参与人采用优势策略时，无论对方采取任何策略总能够显示出优势。

由于囚徒困境的模型是如此有趣和简洁，不仅给人们留下了深刻的印象，而且迅速不胫而走，成为一个被人们广为谈论和研究的博弈模型。

在斯大林时代的苏联，有一位乐队指挥坐火车前往下一个演出地点。正当他在车上翻看当晚就要指挥演奏的作品乐谱时，两名克格勃将他作为间谍逮捕了。他们以为那乐谱是某种密码，这位乐队指挥争辩说那只是柴可夫斯基的小提琴协奏曲，但是克格勃就是不理他的辩解。在乐队指挥被投入牢房的第二天，审问者自鸣得意地走进来说：“我看你最好还是老实招了吧，我们已经抓住你的朋友柴可夫斯基了，他这会儿正向我们交代呢。你如果再不招就枪毙了你。如果交代了，只判你 10 年。”笑过之后，每个人都会思考其中所蕴涵的东西。但是如果认为这个笑话仅仅讽刺了克格勃特务的无知与无耻，那是不够的。事实上，克格勃们的花招，是想运用博弈论中囚徒困境理论，达到自己的目的。虽然他们

未必知道博弈论，但是他们明显企图运用其中的布局，使乐队指挥被迫选择招供。在这个博弈中，克格勃的思路是这样的——乐队指挥知道我们抓住了“柴科夫斯基”，就必然会考虑：这个“柴科夫斯基”如果交代，我有两种选择——不交代被枪毙，交代则被判10年。那么此时，他的最好选择是交代。当然，如果对方不交代，他的最好选择也是交代。

如果不是这些克格勃因为过于无知，不知道柴科夫斯基是19世纪俄罗斯最伟大的作曲家，并且早在1893年就去世的话，这个设计本来是天衣无缝的。



趣味经济学小常识

从理论上讲，博弈论是研究理性的行动者相互作用的形式理论，而实际上它正深入到经济学、政治学、社会学等多个领域。博弈论的影响及对其的研究是如此广泛，以至于有人说，最新的经济学国际关系理论，都已经被博弈论重写了，更有学者声称“要用博弈论来改写经济学”。

两强相逢勇者胜——斗鸡博弈

博弈论中有这样一个博弈模式：两只实力相当的斗鸡狭路相逢，每只斗鸡都有两个行动选择：一是退下来，一是进攻。如果斗鸡甲退下来，而斗鸡乙没有退下来，那么乙获得胜利，甲就很丢面子；如果对方也退下来，双方则打个平手；如果甲没退下来，而乙退下来，甲则胜利，乙则失败；如果两者都前进，则两败俱伤。因此，对每个人来说，最好的

结果是，对方退下来，而自己不退。但是这种追求可能导致两败俱伤。

在斗鸡博弈中，如果一方退下来，而另一方进攻，那么进攻的一方显然在这次行动中占据了上风，这会让退下来的一方心里很不平衡；但如果双方都可以退让，握手言和的话，那结果会很理想；但若双方都进攻，坚持对峙，那么只能两败俱伤。如果二者都能够选择退让言和，那一定会得到一个博弈双方都比较满意的结果。

生活中，这样的事随处可见。有一户人家非常好客，凡是有朋友拜访，主人总是以美酒佳肴相待，十分热情地招待客人，直到客人喝得酩酊大醉，宾主尽欢才罢休。一天，来了一位久未谋面的老友，主人喜出望外，亲自下厨房烹煮，准备大宴宾客。主人正忙着做饭，突然发现没酱油了，赶忙找来小儿子说：“儿子！家里有客人，爸爸正在烧菜走不开，可酱油用完了。现在你用最快的速度去商店打一瓶酱油，我锅里的肉等着用呢，快去快回。”小儿子说：“爸爸！你放心！一切包在我身上。”说完，他胸有成竹地跑了出去。主人安心地折回厨房，二十分钟过去了，儿子还没有回来。他想，也许是杂货店的老板生意忙不过来，再耐心等一等。但是一小时、两小时过去了，儿子还是没有回来。客人等得饥肠辘辘，主人也心急如焚，猜想儿子可能在路上出了意外。

主人终于按捺不住，夺门而出去寻找儿子。他焦急地朝街口奔跑而去，找了一遍没有，从另一条路返回，却突然发现儿子正站在一座桥的中央，和另外一个孩子青眼对白眼，彼此对峙着，谁也不让谁，儿子的手中正拎着一瓶酱油。主人说：“儿子，你怎么愣在这里呀？我等你的酱油下锅，你却在这儿玩耍。”儿子说：“爸爸，我买好了酱油，正要赶回家，没想到在桥上碰到这个人挡住了我的去路，说什么也不让我过桥。”儿子理直气壮地说。主人十分生气地说：“喂！你这个小孩子，怎么如此不讲理，挡住别人过桥，赶快让开！”那个小孩说：“咦！奇怪了，不知道是谁挡住了谁的道路。你走你的阳关道，我过我的独木桥，

咱们谁也不犯谁。明明是你儿子挡了我的路，我碍着你们什么了。”那个小孩子毫不示弱。气急败坏的主人指着小孩大骂：“你这个小东西，一点也不知道敬老尊贤、礼貌谦让。儿子！酱油你先带回去，让爸爸在桥上和他对站着。”说完，自己一个箭步冲上了桥面，一老一小也僵持起来。

这则故事中博弈双方都有两个选择：前进、后退。但关键是谁前进，谁后退？解决这一问题最好的方法就是双方言和，互相忍让，无论是谁先退后都不会比僵持几天几夜的损失大。此外，如果能运用智慧达到双方均很满意的结果，那就更好了。

有一次，果农卖完果子挑着空担回家。途中经过一座独木桥。他走到桥的中间时，迎面看见一只小白兔跑来。果农想，这小白兔跑得气喘吁吁的，一定是有什么急事，还是先让它过去吧。可是果农刚掉过身去，却见后面又来了一只鸭子，也是急匆匆地要过桥，果农挑着空担子被夹在中间。他自言自语地说：“这可怎么办呢？”小白兔和鸭子都很着急，可能都有急事，但谁先过桥更好一些呢？果农忽然想到一个好办法，很快解决了这个独木桥上的困境。果农把小白兔放在担子一头的筐里，把鸭子放到另一头的筐子里，然后果农原地转了半圈，放下担子后小白兔和鸭子都已经过到了桥的对面，于是大家都高高兴兴地去做自己的事了。这个果农的博弈方法简直让人拍手叫绝，这不能不说是一个非常合理，而且能令博弈诸方都满意的纳什均衡。

总的来说，在博弈中要积极去寻找能完美解决问题的方法，让博弈双方都获得最优选择，即让博弈者都处在“纳什均衡”之中。

我们知道，国内微波炉行业的龙头老大当属格兰仕。这一事实是毋庸置疑的，而其最重要的营销策略也就是“价格战”。

在格兰仕看来，“价格是最高级的竞争手段”，而价格战的目标也十分明确，就是消灭散兵游勇，逐步占领市场。每当其规模上一个台阶，

格兰仕肯定就会打一次价格战。例如，当其生产规模达到 125 万台时，它立即把出厂价定在规模为 80 万台的企业的成本价以下；当达到 400 万台时，它又把出厂价调到规模为 200 万台的企业的成本线以下；当今年其生产能力达到 1200 万台时，它将再次调低价格，将其出厂价定在规模为 500 万台企业的成本线以下，使微波炉行业的“成本壁垒”站到了“技术壁垒”之前。这样就会使一些弱小的企业对微波炉行业望而却步，甚至包括海尔、荣事达等。

空调价格大战则是由另一个巨头春兰挑起的。从 2006 年 4 月 10 日开始，春兰开始对 19 个型号的主打空调器进行特价销售。这一招也的确让春兰“火”了一把。春兰日平均发货量超过 6000 台，平均日销售额接近 5000 万元。而北京、南京、上海、天津等重点城市的春兰自营连锁店，2006 年 4 月份销售回笼资金分别是去年同期的 642.86%、200.45%、160.26%、571.33%。另外在其他地区，春兰所占的市场份额也遥遥领先。

彩电行业的价格大战最初是由长虹发起的。在 1987 年，长虹率先打破计划经济的约束而涨价，赢得了数以亿元计的原始积累；1988 年，长虹又率先降价，销售了数万台的库存；1996 年，长虹再次降价，并与国内数家大彩电企业联手，把国外几大品牌的彩电挤出了中国市场；到 1998 年，长虹的市场占有率已经达到了 35%，距离市场寡头仅有一步之遥。

价格大战越来越影响到我们的日常生活，无论是彩电大战、冰箱大战，还是空调大战、微波炉大战……这些大战的受益者首先是消费者。因为商家每掀起一场价格大战，消费者就可以购到低于原价的商品，从中大获实惠，所以消费者往往期待着商家的价格调整。

如果用博弈的观点来看，我们把厂家价格大战的结局解释为一个“纳什均衡”，而且价格战的结果是谁都没钱赚。消费者可能对此很满意也很期待，但厂商都是价格博弈中的受害者。降价不赚钱，不降价更赚

不到钱，所以人们往往说价格大战对厂商而言是灾难性的。

从价格大战中我们可以得出这样的结论：

首先，竞争削价的结果或“纳什均衡”可能导致一个有效率的零利润结局，这对降价方无疑是一个挑战。

其次，如果不采取价格战，每一个企业都会有两种选择：一种是不考虑降价或是抬价，只以正常价格销售，这样博弈诸方都会有利可图；另一种是抬高商品价格，因为当几家厂商在竞争中完全垄断了商品的生产与市场，那么抬价也可以牟取更多利润，因为在垄断的情况下，消费者买也得买不买还得买，商家根本不用担心卖不出去。如果每一个厂家都可以把自己的战略建立在假定对手会按其最佳利益行动的基础上，那么就会换取集体的最高利益。

趣味经济学小常识

斗鸡博弈又称为懦夫博弈，斗鸡博弈描述的是两个强者在对抗冲突的时候，如何能让自己占据优势，力争得到最大收益，确保损失最小。

买的没有卖的精——信息不对称

有一个古董商到乡下收古董，在一个农民的庭院里，他一眼就看出那个被用作猫食碗的茶碟是个价值不菲的古董。他想，不能让农民知道这个东西值钱，因此假装对那只猫十分喜爱，欲向农民把猫买下。怎奈农民不卖，这个古董商费了好大劲、出了好高的价钱才使得农民勉强同

意卖猫。古董商抱着猫要走的时候，假装不经意地对农民说：“这个碟子是这只猫用惯了的，就一块儿把它送给我吧。”谁知农民说：“那怎么行！你知道我用这个碟子卖出多少只猫了吗？”古董商和农民都知道“这个茶碟是古董”这一信息，但是古董商却以为农民不知道，而实际上农民不但知道，还利用古董商“认为他不知道”的信息大赚了一笔。

我们来看这个博弈，可以发现两人所掌握的信息是不对称的，也就是说古董商掌握的是不完全的信息，而农民则掌握了完全信息。

日常生活中，我们常说“买的不如卖的精”。然而为什么会这样呢？就因为卖方掌握了更多的商品信息。比如他说这个商品进价是多少多少，而实际上到底多少买方无从得知，他说这双鞋是上等牛皮做的，然而可能实际上是人造革的，他说这个商品是名牌，然而可能实际上是“山寨版”的名牌。并非每个买家都对某一商品的特征都了如指掌，所以在信息不对称的情况下，就很有可能吃亏上当。比如你到市场上买东西，尽管你知道商贩的要价虚高，但是你不知道到底虚高多少，虽然可能你是个“砍价高手”，但即便你的心理素质再好，谈判技巧再高，也终究难以玩过掌握商品真实信息的卖家。可见，在商品交易的过程中，买者和卖者了解的信息是不一样的。卖者比买者更清楚产品实际的质量情况。这种情况被经济学称为买者和卖者的“信息不对称”。

信息不对称，从经济学方面解释，就是指交易一方对交易另一方的了解不充分，双方处于不平等地位。这时卖者很容易依仗买者对产品内部情况的不了解欺骗买者。如此看来，消费者的地位相当脆弱，对于掌握了“信息不对称”武器的不法商贩我们就毫无招架之术吗？其实也并不如此。

因为生意人都知道，欺骗只能是一时的伎俩，如果他们不诚信，那么做完这一锤子买卖后，很快就会被消费者识破，他们也就失去所有的回头客了。所以要想做成长期的买卖，靠的还是诚信。聪明的生意人都

不会贪图一时之利，他们有长远的眼光，希望生意越做越好，并有所发展。

现在，越来越多的商家，为了消除信息不对称对顾客造成的疑虑心理，促进顾客购买的信心，甚至还会主动多向顾客展示一些有关商品的真实信息，主动证明自己产品的优质。

比如，有些卖羊毛衫的商家，为了证明自己的羊毛衫是真货，主动向顾客介绍，如何辨别真假的知識，他们用火烧多余的小线头，告诉顾客有烧焦羽毛的气味，灰烬用手指一压即碎，就是纯羊毛，如灰烬压不碎、结块，则是化纤织物。还有，在农贸市场中，有些卖鸡蛋的人手中都拿着一个手电筒。每当顾客买鸡蛋时，就主动用手电筒检查鸡蛋的好坏。

在北京百货大楼，某生产鸭绒制品的公司开设了一个透明车间，当场为顾客填充鸭绒被，消除了生产者和消费者之间的信息不对称。

作为消费者，我们在购物时，要多了解一些相关产品的信息，不要只听信商家的一面之词。当我们去买自己不太熟悉的东西时，可以找个懂行的人一起去购买，或是请朋友介绍信得过的卖家。我们还可以尽量到大商场去购物，并且选择一些品牌信誉比较好的商品。因为大商场和大名牌的信誉都是靠多年的诚信经营才赢得的，他们也不会愿意再失去，所以为了保住留在人们心目中的良好形象，在产品质量方面也会更加重视，对消费者来说也就更有保障一些！

趣味经济学小常识

信息不对称理论是指在市场经济活动中，各类人员对有关信息的了解是有差异的。掌握信息比较充分的人，往往处于比较有利的地位，而

信息缺乏的人则会处于相对不利的地位，也就是说，在一场博弈中，胜利将会倾向掌握信息较多的一方。

为什么银行会遭遇墙倒众人推的困境

为了生存，我们必须学会与对手共赢，把社会竞争变成一场双方都得益的“正和博弈”。正和博弈，也称合作博弈，是指博弈双方的利益都有所增加，或者至少是一方的利益增加，而另一方的利益不受损害，因而整个社会的利益有所增加。合作博弈研究人们达成合作时如何分配合作得到的收益，即收益分配问题。正和博弈强调的是集体主义、团体理性，是效率、公平、公正；是研究人们达成合作时如何分配合作得到的收益，即收益分配问题。而非合作博弈是研究人们在利益相互影响的局势中如何选择决策使自己的收益最大，即策略选择问题。

民间有一句俗语叫“落井下石，墙倒众人推”，意思是说一个人在受挫折的时候，大家乘机打击他。我们素来视雪中送炭为高尚的品行，而对“落井下石”的行为表示鄙夷，但现实中，发生得更多的却是类似“落井下石”的事件。这是为什么呢？或者下面的博弈模型能够说明这个问题。

假设一家银行的全部资金是甲与乙两个储户的存款。这两个储户每人存了100万元的定期存款，而银行把这200万元贷给某个公司做项目。按照银行的设想，项目完成投资收回以后，银行将还每个储户120万元。对于两个储户而言，20万元的利息的确也是一个不小的诱惑。

但是我们知道，在银行存款的一个原则是“存款自愿，取款自由”，

也就是说，哪怕是定期存款，储户也有随时支取的自由，只不过是利息上受些损失而已。至于银行和它投资的关系，如果公司破产，银行到期也不能收回全部投资，但是为了简化问题，我们假设这家公司经营状况良好。如果银行在投资期限到来的时候要从公司抽回资金，它就要因为违反合同而遭受损失。

因为银行除了这两个储户的存款没有其他资金，而且这两个储户的存款还被贷给了公司。如果储户甲在期限未到的时候要把在银行的存款抽回去，也就意味着银行就不得不把它投资在公司的资金抽回。银行因为提前撤回资金要受罚，只能收回 150 万。这时，两个储户是否等待期满以后才取回存款的博弈是这样的。

如果双方同时提前支取存款，因为银行只有 150 万可供支付，每人可得 75 万；双方期满才支取存款，每人可得 120 万；如果只有一方提前支取，那么他得到原来的存额 100 万，而银行因为被迫提前抽回投资，可动用资金只有 150 万，当另一储户在期满时来支取他的存款时，银行就要破产，他顶多只能得到 50 万的补偿，远远小于原来的存款额 100 万元。

明白了这样的博弈形势，我们可以看出这个博弈有两个纳什均衡，一个是最好的，即双方都待期满才来兑现他们的存款，每人得 120 万；另一个均衡就是双方争先恐后都要同时提前抽回他们的存款，每人得 75 万元。问题是如果一个储户有提前取款的动向，另一个为了自己的利益不受损失，一定会马上跟进，要求同时提前兑现。银行的挤兑就这样发生了。

当然，在现实中银行不可能只有两个储户。我们可以假设银行有两万个储户，分析方法与前面还是一样的。事实上，绝大多数银行挤兑都发生在传闻银行经营不好有可能破产的时候，一旦破产，储户的存款就可能遭受严重损失。

不光是银行，公司经营也面临同样的问题。我们知道，一家公司能够得以正常经营，现金流是最重要的，一旦公司现金流断链，公司出现资金无力为继的情况，无论实力多雄厚的公司都难以支撑下去。所以公司最怕的就是所有债权人同时发难。但对于债权人来说，一家公司如果一旦进入破产清算程序，自己的债权就要大打折扣，如果要得早了，本来的100万可能全部要回或者要回80万，可是如果要得晚了，100万顶多要回50万，甚至打了水漂。曾经显赫一时的手机生产企业南方高科就是因为湖南长沙市商业银行催讨2550万元的欠款而被法院查封，各债主纷纷追债上门，公司资产被法院查封，账号被冻结，分销商纷纷离去，售后服务瘫痪，从而导致了破产的结局。

通过分析，我们会发现这颇有些“落井下石”的意思在里面，只不过在这个博弈中，所有的人之所以要落井下石，是因为有个人利益在里面，谁下手晚了，谁将承担更多的损失。但是如果我们能够转换思路，在危险时刻，众人不是打击它而是纷纷帮助它，可能取得双赢的结果。这好比在一艘将沉的船上，我们所要做的并不是将人一个接着一个地抛下船去，减轻船的重量，而是大家齐心协力地将漏洞堵上。因为谁都知道，前一种结果是最终大家都将葬身海底。在全球化竞争的时代，共生共赢才是企业的重要生存策略。

趣味经济学小常识

双赢是最佳的合作结果。合作是利益最大化的武器。很多时候，对手不仅仅只是对手，正如矛盾双方可以转化一样，对手也可以变为助手和盟友。

多劳未必多得的现象

老虎和豹子一同外出打猎。老虎的力气大，又很勇敢，所以它认为自己应该在分配猎物时拿到较多的一份；豹子跑得快，在打猎过程中也扮演了不可忽略的作用。所以，豹子也希望自己获得比较多的一份。后来它们捕获了很多猎物，在分配的时候老虎说：“我出的力多应该我拿 $\frac{2}{3}$ ，你拿 $\frac{1}{3}$ 。”豹子很生气：“为什么给我 $\frac{1}{3}$ ，我出的力并不比你少。”老虎看豹子不甘示弱，干脆威胁豹子说：“我是森林之王，所以我应该拿到较多的一份。”豹子很无奈。通过以上的寓言我们可以发现，分配并不全是公正的，很多时候都会出现不公平的现象。

有一个农场主种了一园子的葡萄，到了成熟的季节，如果不能把葡萄在一天内全都摘完的话，葡萄就会烂掉。而他自己根本不可能一天把葡萄全部摘完。于是他就去市场找了一群人，对他们说，“如果你们能在一天之内帮我把葡萄全部摘完，我就每人给你们发一个金币。”这群人正闲来无事，听后非常高兴，就答应帮助这个农场主摘葡萄。但到了中午 12 点的时候，农场主发现葡萄仍然很多，他们根本不可能在一天内就把葡萄全都摘完。于是他不得不再找一群人，依旧对他们说，“如果你们在今天能帮我把葡萄全部摘完，我就每人给你们分一个金币。”这群人听后很乐意地答应了农场主。等到下午大约 2 点钟的时候，这个农场主发现雇来的这些人虽然很拼命地摘葡萄，但任务依旧很艰巨。于是他又找了一群人，并且和前两次承诺的一样。傍晚的时候，终于完工了。农场主把最后一拨人叫过来，给了他们每人一个金币，于是这群人拿着金币开开心心地走了。

他又把第二次招来的人叫过来，给了他们每人一个金币，这群人并没有表现得很高兴，但也并没有抱怨什么，也走了。当他把第一次招来的人叫过来，并每人给一个金币时，这些人表现出了极大的不满。他们说：“为什么我们干的活比后来的人多，给的钱却一样呢？”

如果您是当时在场的第一批工人，您认为这件事公平吗？当然不公平，虽然这个故事里并不是博弈一方为了自己的利益而侵占另一方的利益，农场主发给工人的工资已经很高了，但实际上却让工人感到不满意，为什么呢？这就要考虑到分配与劳动付出之间的关系。

假设任何一个工人在一小时内的劳动付出均为 1，一天的工作时间为 10 个小时，即从早晨 8 点到晚上 6 点。那么，我们来分析一下工人们与他们的劳动付出之间的关系：第一批工人从早上 8 点开始工作，直到晚上 6 点，他们在 10 小时中付出的劳动为 10；第二批工人从中午 12 点开始工作，直到晚上 6 点，他们在 6 小时中付出的劳动为 6；第三批工人从下午 2 点开始工作，直到晚上 6 点，他们在 4 小时中付出的劳动为 4。

很明显，他们所付出的劳动不是公平的。如果按照按劳分配的原则发放工资，那么第一批工人应该得到所有工资中的 $1/2$ ，即 $10/(10+6+4) = 1/2$ ；而第二批工人应该得到所有工资中的 $3/10$ ，即 $6/(10+6+4) = 3/10$ ；第三批工人的劳动量最少，所以他们应该得到所有工资中的 $1/5$ ，即 $4/(10+6+4) = 1/5$ 。但事实上农场主并不是这么分配的，他给了每一批工人 $1/3$ 的工资，第三批工人比实际上要多拿了很多，所以他们高高兴兴地离开了，第二批工人虽然稍有亏损，但他们的劳动价值和工资水平基本持平，所以他们没表露出任何开心与不满，而第一批人工作量最大，却也得 $1/3$ ，所以他们感到很不满。

在最终的分配中，要注意客观公正：多劳多得，少劳少得，不劳不得。如果像这位糊涂的农场主一样，分配不均的话，一部分工人的积极性会严重受挫，如果以后再需要他们帮忙的话，他们可就不会这么用心

地工作了。所以，我们要提倡“按劳分配”的原则。想多得就多劳动，懒惰的人没有回报，这样无论结局怎样，谁都没理由抱怨。

趣味经济学小常识

帕累托最优是博弈论中最重要的概念，它是指资源分配的一种理想状态，即假定固有的一群人和可分配的资源，从一种分配状态到另一种状态的变化中，在没有使任何人境况变化的前提下，也不可能再使某些人的处境变好。

不加限制的个人选择可能给社会带来灾难

哈丁在《公地的悲剧》中设置了这样一个场景：一群牧民一同在一块公共草场放牧。当这块草地向牧民完全开放的时候，每一个牧民都想多养一头牛，因为多养一头牛增加的收入大于其成本，明显是有利可图的。尽管因为平均草量下降，每增加一头牛都会使整个草地的牛的单位收益下降，但对于每个牧民来说，增加一头牛总会使他有或多或少的利益可图，于是草场里出现了“牛满为患”的局面。而草场也会因为过度放牧，导致以后再也不能满足牛的需要，于是牛都饿死了。

如果每人都从自己私利出发，只看重眼前利益，盲目放牧不计后果，那么草场退化的代价还得由这些人来承担，于是“公地悲剧”就上演了。看似有利可图的牧民都为自己的错误选择付出了代价，导致了最终破产的结局。哈丁在研究了污染、人口问题、过度捕捞、不可再生资源的消

耗等问题后指出：“在共享公有物的社会，所有人都追求各自的最大利益，这就是悲剧所在。每个人都被锁定在一个迫使他在有限范围内无节制地增加牲畜的制度中，‘毁灭’是所有人都奔向的目的地。因为在信奉公有物自由的社会当中，每个人均追求自己的最大利益。”

那么如何防止“公地悲剧”的上演，从而实现集体的优化呢？哈丁建议，世界各国的人民都要意识到限制个人选择自由的必要性，接受“一致赞成的共同约束”。首先，应该在制度与体制上建立相应的规则与监督体制，建立中心化的权力机构，并让它积极发挥出约束的作用，限制某些不合理的行为。其次，要注重道德约束，道德约束与非中心化的奖惩联系在一起。总之，我们要防止“公地悲剧”走上优化的道路，就不能任由众人为所欲为，合理的约束与限制有助于促进社会稳定高效地发展。

如果有两家石油公司在同一油田同时进行开采，两家公司都希望自己在开采中获得更多的利益，于是他们提高开采速度，并且选择了只采集优质原油，而放弃较差的那一部分。所以，在二者轰轰烈烈的开采过程中，看似都取得了很大的利益，可他们都违背了可持续发展的原则，造成了资源的严重浪费。当他们把这片油田开采完而再也找不到开采地的时候，他们会想：如果当时慢点开采，把所有的资源都合理地利用起来，提高开采质量，那么利益就会更高一些。

可见，博弈双方只有在达成协议、共同努力的情况下，才会实现资源的优化配置，最终走上集体优化的道路，也才能获得双赢。

很久以前，人类还没有发明鞋子，都赤脚走路。一位国王到一个偏远的乡间狩猎，路面崎岖不平，刺得国王的脚酸痛。国王又气又恼，回到王宫后，下旨要将国内的所有道路都铺上牛皮。他认为这样做，不仅仅是为自己，更可以造福他的子民。然而这样做实在是劳民伤财，会给国家带来沉重的负担。但因为是金口玉言，大家只能摇头叹息。此时，

一位聪明的仆人大胆向国王提出建议：“国王啊！为什么您非要劳师动众，牺牲那么多头牛，花费那么多金钱，劳累那么多民众呢？您何不只用两小片牛皮包住您的脚呢？

这样，事情就变得简单多了。”国王听了非常惊讶，但马上明白了他的意思，于是立刻收回成命，改用这个建议。据说，这就是“皮鞋”的由来。“将自己的双脚包起来”，改变原有的一些观念和作法，从某种角度上来说，这是一种对资源的合理利用。如果人们都听从国王的命令，杀掉全国所有的牛，并剥下牛皮铺路，那么请大家想一想，这会浪费多少人力与物力呢？但如果只用两小片牛皮包住人的脚，走到哪里，牛皮就跟到哪里，这就相当于自己始终走在铺好的路上，而这样做的代价仅仅是两小片牛皮而已。这正是资源的优化配置。

在我们的生活中，有很多不合理的地方需要我们调整与优化，尤其是公共资源的非合理利用，所以我们迫切需要走集体优化的道路。

趣味经济学小常识

哈丁悲剧是由美国生物学家加勒特·哈丁提出的。哈丁悲剧揭示了一个规律：不加限制的个人选择可能给社会带来灾难。

最优秀的枪手先死——枪手博弈

在博弈论中，有个著名的博弈模型，被称为枪手博弈。枪手博弈是这样的：彼此痛恨又绝对理性的甲、乙、丙三个枪手准备决斗。甲枪法

最好，十发八中；乙枪法次之，十发六中；丙枪法最差，十发四中。先提第一个问题：如果三人同时开枪，并且每人只发一枪；第一轮枪战后，谁活下来的机会大一些？假如你认为是枪手甲，结果可能会让你大吃一惊：因为真正的答案是枪法最差的那个家伙丙。假如这三个人彼此痛恨，都不可能达成协议，那么作为枪手甲，他一定要对枪手乙开枪。这是他的最佳策略，因为此人威胁最大。这样他的第一枪不可能瞄准丙。同样，枪手乙也会把甲作为第一目标，很明白，一旦把他干掉，下一轮（如果还有下一轮的话）和丙对决，他的胜算较大。相反，如果他先打丙，即使活到了下一轮，与甲对决也是凶多吉少。丙呢？自然也要对甲开枪，因为不管怎么说，枪手乙到底比甲差一些。如果一定要和某个人对决下一场的话，他宁愿留下来的对手会是枪手乙，这样他获胜的机会要比与甲对决大一些。

我们再来计算一下三个枪手在上述情况下的存活几率：甲：24%（被乙丙合射 $40\% \times 60\% = 24\%$ ）。乙：20%（被甲射 $100\% - 80\% = 20\%$ ）。丙：100%（无人射丙）。通过概率分析，我们发现枪法最差的丙存活的几率最大，枪法好于丙的甲和乙的存活几率远低于丙的存活几率。

我们现在换一种玩法，假定甲乙丙不是同时开枪，而是他们轮流开一枪。先假定开枪的顺序是甲、乙、丙，甲一枪将乙干掉后，就轮到丙开枪，丙有40%的几率一枪将甲干掉。即使乙躲过甲的第一枪，轮到乙开枪，乙还是会瞄准枪法最好的甲开枪，即使乙这一枪干掉了甲，下一轮仍然是轮到丙开枪。无论是甲或者乙先开枪，丙都有在下一轮先开枪的优势。

如果是丙先开枪，情况又如何呢？丙可以向甲先开枪，即使丙打不中甲，甲的最佳策略仍然是向乙开枪。但是，如果丙打中了甲，下一轮可就是乙开枪打丙了。因此，丙的最佳策略是向天开枪，只要确保不击中甲或者乙，在下一轮射击中他还是处于有利的地位。

这样的例子在现实生活中有很多版本，尤其是在涉及参与博弈的个体有强有弱的时候。比如总统竞选，实力最弱的竞选者总是在开始时表现得很低调，而实力强劲的竞选者和实力中等者之间反而互相攻击，搞得狼狈不堪，这个时候最弱的竞选者才粉墨登场获得一个有利的形势。

这个例子揭示了一个非常重要的博弈思想：一个人，在社会上的生存不仅取决于其能力的大小，更取决于实力对比所造成的复杂关系。翻看中国历史，我们经常感叹历朝历代总是上演“飞鸟尽，良弓藏，狡兔死，走狗烹”的悲剧，但究其发生的原因，就是因为功高震主。一个人能力可能很高，成绩可能非常辉煌，但是如果这种高能力和高成就威胁到了其上司的地位和安全，那么就不能怪上司必欲除之而后快了。为什么楚汉战争结束刘邦夺到天下之后要把立下赫赫战功的韩信从齐王改封为楚王，再从楚王贬为准阴侯，最后干脆借吕后与萧何之手要了韩信的脑袋？因为韩信功劳太大了，本领太强了，太会用兵打仗了。不除掉韩信，如果有一天他真的造起反来，刘邦手下的将领都不是对手，汉家江山就有可能易主。再看汉初功臣，功劳大的武将如英布、彭越最终全部被诛；文臣功劳大的如萧何、张良无不战战兢兢生怕引起刘邦的疑忌，在夹缝中艰难地苟活。而那些功劳、声望次一些的如周勃、陈平等入反倒过得很滋润，因为他们不会从根本上危及刘邦的利益，自然也就不会是他意欲除掉的对象。

再看前面枪手对决的例子，枪法最好的，却可能是最先丧命的，枪法第二好的，是最可能存活的；枪法最差的，由于对他人威胁很小，也可以比最强的人得到更大的生存机会。“木秀于林，风必摧之”，这正是强者的悲哀。

我们可以从枪手博弈延伸开来，谈一谈为人处世的策略。很多人提倡“做老二”的哲学，的确这种策略非常高明，天塌下来先砸着高个子。当老大固然风光，可也容易成为众矢之的，中国人深解其中之味，所以

在他们不具备当老大的绝对实力前，都是安居老二的。曹操在别人劝他当皇帝时曾经说过一句老二名言：“我不当皇帝，我当周公！”这种以退为进的思维几乎成了一部分人几千年来政治谋略的基本模式：心里想着前台，身子却在后台。进可攻、退可守，十分符合孔子“君子不立于危墙之下”的人生哲学。老二哲学又是非常狡猾的。香港娱乐圈常青树刘德华就是一个老二哲学的坚定信奉者和实践者，在竞争异常激烈的娱乐圈中，华仔却能处处逢源四季发财，和方方面面都保持着良好的关系，这和他坚守做人处世的老二之道不无关系。刘德华很少去争什么天王，他在屏幕上的形象也绝少像周润发那样以“大哥大”的面目出现，就算在记者面前，也总是一副“小弟怕怕”的样子。有一次刘德华接受采访，记者问他：“听说您做人做事很低调，从不把争第一作为自己的目标？”刘德华回答说：“我是一个传统的人，做事懂得礼让，从不刻意争第一，你问我电影有没有跑到第一名？我没有。唱歌有没有跑到第一名？我没有。我两样都是第二名，但是就像十项全能比赛一样，加起来就是第一名了。”他的话反映出中国一种奇特的现象：能当好老大的，往往是那些甘当老二、会当老二的人。就像刘德华所信奉的那样：老二加老二等于老大。因此，任何人要想有所作为，就必须学会摆正老大与老二的位置，也必须弄懂当老二的深刻内涵。该当老二时，就要老老实实认认真真地当老二。如果不懂得这个道理，那么势必会遭遇枪手博弈中最先死的恶果。

趣味经济学小常识

枪手博弈可能出现的结果：三个枪手对决，甲乙丙枪法优劣递减。最后的结局将不取决于同时开枪还是先后开枪。最优秀的枪手，最先倒下的概率最高，而最差的枪手存活下来的希望却最大。枪手博弈可以用

来探讨竞争中强者与弱者的各自生存之道，其中包括了韬光养晦、联弱抗强等智慧。

搭便车的行为——智猪博弈

博弈论中有一个著名的模型叫做“智猪博弈”。假设猪圈里有一头大猪、一头小猪。猪圈的一头有猪食槽，另一头安装着控制猪食供应的按钮，按一下按钮会有一定单位的猪食进槽，两头隔得很远；假设两头猪都是理性的猪，也就是说它们都是有着认识和实现自身利益的猪。再假设猪每次按动按钮都会有 10 个单位的饲料进入猪槽，但是并不是白白得到饲料的，猪在按按钮以及跑到食槽要付出的劳动会消耗相当于 2 个单位饲料的能量。还有就是当一头猪按了按钮之后再跑回食槽的时候吃到的东西比另一头猪要少。也就是说，按按钮的猪不但要消耗 2 单位饲料的能量，还比以逸待劳的那个猪吃得少。

两只猪之间的博弈关系式：如果大猪去按按钮，小猪等待，大猪能吃到 6 份饲料，小猪得 4 份，那么大猪消耗掉 2 份，最后大猪和小猪的收益为 4:4；如果小猪去按按钮，大猪等待，大猪能吃到 9 份饲料，小猪 1 份，那么小猪消耗掉 2 份，最后大猪和小猪的收益为 9:-1；若两头猪同时跑向按钮，那么大猪可以吃到 7 份饲料，而小猪可以吃到 3 份饲料，最后大猪和小猪的收益为 5:1；最后一种情况就是两头猪都不动，那他们当然都吃不到东西，两头猪的收益就为 0。

我们可以看到，当采用大猪按按钮，小猪等待的策略时，这个时候，大猪和小猪的净收益都是 4 个单位的饲料。而且我们还可以看到的一个

奇怪现象就是，如果小猪主动劳动，那么小猪的收益居然是-1，对于小猪来说，这比都躺在那儿还要吃亏，当然小猪是不会干的。

那么就是说，如果是小猪按动按钮，则大猪会在小猪到达食槽前把食物全部吃光，如果是大猪按动按钮，则大猪到达食槽时只能和小猪抢食剩下的一些残羹冷炙。既然小猪劳动不得食，则小猪不会主动按钮，而大猪为了生存，尽管只能吃到一部分，还是会选择劳动。那么，在两头猪都有智慧的前提下，最终结果是小猪选择等待，只要以逸待劳就可以了。

对于大猪来说，小猪有了这个选择，那么大猪就只有两种结果了，要么不动，那么两头猪就等死了，要是自己去按按钮的话还有4份饲料可以吃。所以，对大猪来说，等待是一种劣势的策略。我们已经说过了，假设了大猪和小猪都是理性的智猪，大猪亲自去动手总比不动手要强，因此它会为了自己的利益而主动地奔走于踏板和食槽之间。

也就是说，不管大猪采取什么样的策略，对于小猪来说，劳动都是一个劣势策略，因此最开始就可以除掉这种可能。在剔除了小猪的按按钮这种方案以后，大猪就只有两种方案可供选择。在这两种策略里面，等待是一种绝对的劣势策略，所以也被剔除掉。所以在剩下的策略里面就只剩下小猪等待、大猪按按钮这个可以供选择的策略了，这就是智猪博弈的最后均衡。

这个博弈的结论就是：对于小猪来说，如果不仔细思考就开始劳动的话，会得不到任何好处。所以，有时候慢一点反倒是好的。有点不可思议的一个结论是吗？事实就是这样的。

乌龟和兔子在森林里面比赛，规则是到达目的地，拿到比赛规定的东西就算赢了。但是规则中还有一个就是给定了两条相反的路线，随便凭自己的感觉来挑选一条，而且错误的那条路上有一条河，先到达河的会掉下去，就算输了。只要知道一个赢了或者是输了就不用比赛了。这

个时候我们来看看乌龟究竟要不要拼尽全力去和兔子赛跑呢？比赛规则知道了，那么兔子和乌龟就要开始思考了，他们的策略有哪些呢？一共有四种选择，我们假设两个方向为 A、B。第一种选择，兔子和乌龟可以同时选择 A 方向；第二种选择，兔子和乌龟可以同时选择 B 方向；第三种选择，兔子选择 A 方向，乌龟选择 B 方向；第四种选择，兔子选择 B 方向，乌龟选择 A 方向。

我们可以来看，兔子的速度肯定是比乌龟快的，这个不容置疑，还有就是兔子不会在中途睡大觉，那么分析一下这几种方案。如果假设 A 方向为正确方向，那么第一种方案乌龟是输定了，所以对乌龟来说这个方案是绝对的劣势，不管乌龟的速度怎么样，他都输了。对第二种方案来说，乌龟会赢，因为兔子跑得快，那么兔子就会首先到达河边，这个时候兔子就输了，乌龟不管多慢都赢了。如果乌龟选择了错误的方向，而兔子选择了正确的方向，那么乌龟没有胜算了，这个时候只要等到兔子胜利了，乌龟就不用比赛了。如果乌龟选择了正确的方向，兔子选择了错误的方向，兔子就会很快地达到河边，当兔子掉下去之后就输了。那不管乌龟的速度怎么样，乌龟都赢了。

我们来看刚才的四种方案，可以看到一种奇怪的理论，就是不管怎么样，乌龟都只要慢慢地爬行就可以了，对它来说速度再快也赶不上兔子，胜负只在选择的方向上，但是事先又不知道哪个方向正确，所以乌龟还是慢慢地爬最好了。总有兔子会在前面给自己探方向的。而兔子知道乌龟的这种想法之后怎么办呢，他没有选择，它要为自己的利益着想，它就只能为自己的胜负而快速奔跑。这个故事和智猪博弈的结论异曲同工。小猪只需要舒舒服服躺着等待就行，乌龟只需要慢慢爬就可以。这个博弈理论挑战了我们的某些观念，也许你看这个结论的时候觉得太不可思议了，但想想看，日常生活中从来都不乏这样的事情。而且，现实中的那些“小猪”还不如故事中的“小猪”。故事中的“小猪”之所以躺

着不动是因为权衡利弊之后发现，它劳动的结果比不劳动更糟糕，而现实中的“小猪”不干活就没这么单纯而理性了。比如，在我们的公司中，往往什么都缺，就是不缺人，所以每次不论多大的事情，加班的人总是越多越好。本来一个人就可以做完的事，总是会安排若干个人去做。这时，就会出现“三个和尚没水喝”的局面。

如果大家都耗在那里，谁也不动，结果是工作完不成，挨老板骂。这些常年在一起工作多年的战友们，对对方的行事规则都了如指掌。“大猪”知道“小猪”一直是过着不劳而获的生活，而“小猪”也知道“大猪”总是碍于面子或责任心使然，而不会坐以待毙。因此，其结果就是总会有一些“大猪们”过意不去，主动去完成任务。而“小猪们”则在一边逍遥自在，反正任务完成后，奖金一样拿。

如果我们是那个辛辛苦苦工作的“大猪”，肯定会心理不平衡，积极地去做事不能得到很多的好处，相反如果慢一点或者不干活却得到了好处。事实如果真的如此，你就需要运用智慧了。

趣味经济学小常识

博弈论专家认为，产生搭便车行为的根源在于产权界定不清楚，因为，明确界定产权和保护产权有利于减少搭便车的现象。

选择比努力更重要——酒吧博弈

“酒吧问题”是美国人阿瑟 1994 年在《美国经济评论》发表的一篇

文章中提出来的。阿瑟是斯坦福大学经济学系教授，同时是美国著名的圣塔菲研究所研究人员。

酒吧问题是这样的：假设一个小镇上总共有 100 人，每个周末均要去酒吧活动或是待在家里。这个小镇上只有一间酒吧，能容纳 60 人。并不是说超过 60 人就禁止入内，而是因为设计接待人数为 60 人。只有 60 人时酒吧的服务最好，气氛最融洽，最能让人感到舒适。第一次，100 人中的大多数去了这间酒吧，导致酒吧爆满，他们没有享受到应有的乐趣。多数人抱怨还不如不去；那些选择没去的人反而庆幸，幸亏没去。

第二次，人们在去之前，根据上一次的经验认为，人多得受不了，决定还是不去。结果呢？因为多数人决定不去，所以这次去的人很少，享受了一次高质量的服务。没去的人知道后又后悔了：这次应该去呀。

小镇上的人应该如何做出去还是不去的选择，这就是著名的酒吧问题。“酒吧问题”是一个典型的动态群体博弈问题。前提条件还做了如下限制：每一个参与者知道的信息只是以前去酒吧的人数。因此只能根据以前的历史数据归纳出此次行动的策略。没有其他的信息可以参考，他们之间也没有信息交流。

在这个博弈中，每个参与者都面临着这样一个困惑：如果多数人预测去酒吧的人数超过 60，而决定不去，那么酒吧的人数反而会很少，这时候做出的预测就错了。反过来，如果多数人预测去的人数少于 60，因而去了酒吧，那么去的人会很很多，超过了 60，此时他们的预测也错了。也就是说，一个人要做出正确的预测，必须知道其他人如何做出预测。但是在这个问题中每个人的预测所根据的信息来源是一样的，即过去的历史，而并不知道别人当下如何做出预测。

从理论上说的确如上述所言，但是实际的情形会怎么样呢？阿瑟教授通过计算机的模拟实验得出了另一个结果：最初去酒吧的人数没有一个固定的规律，但是经过一段时间以后，这个系统去与不去的人数之比

接近于 60:40，尽管每个人不会固定地属于去或者不去的人群，但这个系统的这个比例是不变的。如果把计算机模拟实验当作是更为全面的、客观的情形来看，这个实验的结果说明的是更为一般的规律。

酒吧问题所反映的是这样一个社会现象，人们在很多行动中，要猜测别人的行动，但是却没有足够的关于他人的信息，因而只有通过分析过去的历史来预测未来。通常，人们根据过去的经验进行归纳而得出策略，这种做法固然可行，因为人们还没有其他更好的办法预见未来，在实际生活中人们确实往往凭借历史经验做事。但是既然未来是不可预测的，历史经验有时候也无法为我们提供准确的依据。

通过对酒吧博弈的研究，我们应该从中得到这样一个启示：对于身处一个混沌系统的个体来说，在无法预测的过程中要善于采取少数派策略，才能取得预期的效果。

走“少数派”路线的博弈策略其实也是酒吧博弈在经济领域的一个具体运用。这个策略在现代商业竞争中也被许多人采用。

如果大家都在同一行业打天下，那么遭淘汰的是大多数人，而成功者不仅人数少之又少，而且也需花费巨大的力气，才能在竞争中获胜，与此同时，也一定大伤元气。假如你在一个“冷门”行业中奋斗，那么，你要成功就比较容易，而且不会有较多的竞争对手。

香港的陈银海，近来在商界大爆“冷门”，被称为“冷门”状元。他是靠生产打花电脑一举成名的。他当年到香港时，仅仅是一名默默无闻的“打花”（即机绣）学徒。后来，陈银海自己买织机，做起老板来了，可是，运气并不好。1967年，香港发生大暴动，百业萧条，陈银海只得关门了事。这时的他，空有一身“打花”本领，却无用武之地。等到1978年，他时来运转了，电脑热潮在全世界兴起，而此时的香港“打花”业难请到工人，如果陈银海此时受聘到别人的工厂去“打花”，那么，也就不会出现一个现在的“冷门”状元陈银海了！

趣味经济学小常识

在生活中，股票买卖、交通拥挤、足球博彩等问题都是酒吧博弈模式的延伸。这一类博弈被称为“少数人博弈”。

把对方带到危险的边缘——边缘策略

边缘作为一种策略，可以将对方带到灾难的边缘，从而迫使他撤退。边缘政策是一个充满危险的微妙策略，本质在于故意创造风险。这个风险应该达到让对方难以承受的地步，从而迫使对方按照你的意愿行事，来化解这个风险。

曾经有一些人企图谋杀非洲某国家的总统，但没有成功。总统护卫队抓住了其中一个袭击者，正在对他进行审讯，要求他供出其团伙中其他人的情况。他的眼睛被蒙了起来，背朝敞开的直升机门口站着。直升机的旋翼正急速旋转着。对面的警官问他：“你们的头儿是谁？哪里是你们的藏身之处？”袭击者没有回答。这个警官一把将他推出直升机门外。其实，直升机实际上只是在距离地面一英尺处盘旋着，这个人背朝地摔了下去。这名审讯官出现在门口，哈哈大笑，然后说：“下次，直升机就会再高一点儿。”这个人吓坏了，赶紧供出了实情。

这种逐渐增加风险的威胁的目的是什么？之所以把威胁的规模保持在能达到预期效果的最低水平，有许多充分的理由。但是，你可能事先不知道威胁的最小有效规模是多大。这就是为什么要先发出小的威胁，然后逐渐增大直到有效的道理。随着威胁行动的规模的增加，实践威胁

的成本也同时增加。

这就是被谢林称为边缘政策的策略。这一术语通常被解释成，为了使对手先动摇，先把他带到灾难的边缘。站在危险的边缘，你威胁说如果他不遵从你意愿，你就把他推下去。当然，他很可能会连你也带下去。这就是为什么把对手推向边缘这一单纯简单的威胁不可信的原因。

1962年的古巴导弹危机可能是最著名的边缘政策的例子。前苏联在反复无常的赫鲁晓夫的领导下，开始在古巴装备核导弹，那儿距离美国本土只有90英里。10月14日，美国的侦察机带回了在建的导弹基地照片。肯尼迪总统在他的政府内部进行了一周的紧张讨论，于10月22日宣布要对古巴实施封锁。如果当时前苏联接受了这一挑战，此次危机很有可能升级为超级大国之间一场倾巢而出的核战争。肯尼迪本人估计，发生这种情况的可能性“介于1/3到1/2之间”。但是，经过几天紧张的公开表态和秘密谈判，赫鲁晓夫的目光越过了核边缘，看到了他不想看到的景象，因此宣布撤退。为挽回赫鲁晓夫的面子，美国做了一些妥协，包括最终从土耳其撤走美国导弹。作为回报，赫鲁晓夫下令拆除前苏联在古巴装备的导弹，并且装运回国。

古巴导弹危机的边缘在哪里？举一个例子，即使前苏联企图挑战美国的封锁，美国也不大可能立即发射它的战略导弹。但是，整个事件和冲突会上升到一个新的水平，世界大战爆发的风险也加大了。

士兵和军事专家们说到“战争迷雾”，在这种情况下，双方的通讯线路被阻断，每个人心中都充满了胆怯或勇气，以及大量的不确定性。一切都不在控制之中。这有助于达到制造风险的目的。甚至总统也发现，一旦对古巴实施海上封锁，将很难控制海上封锁的操作。为了给赫鲁晓夫更多的时间，肯尼迪曾试图海上封锁从距离古巴海岸800英里缩短到500英里。但是，第一艘船上的种种迹象表明，封锁从未被移动过。

理解边缘政策的关键在于，必须意识到边缘不是一座险峻的悬崖，

而是一道光滑的、越来越陡峭的斜坡。肯尼迪让全世界沿着斜坡下滑，赫鲁晓夫不敢冒险再往下走，于是双方达成协议，合力将世界拉回到安全的平地上。

边缘政策的本质在于故意创造风险。这个风险应该大到让你的对手难以承受，从而迫使他遵从你的意愿，以化解这个风险。懦夫博弈就属于这种类型。

一旦我们意识到这一点，边缘政策便随处可见。在大多数对峙中，例如，公司与工会之间的对峙、丈夫与妻子之间的对峙、父母与孩子之间的对峙，以及总统与国会之间的对峙，一个参与者或参与者双方无法确定对方的目的和能力。因此，大多数威胁都存在出错的风险，而且，几乎所有的威胁都含有边缘政策的元素。事实将会证明，了解这种策略行动的潜力与风险，在你一生中至关重要。你要小心地采用边缘政策，要知道，即使你倍加小心，也有可能失败，因为当你增加赌注时，你和对方参与者都担心的坏结果可能就会出现。如果你估计在这次对峙中你会“先眨眼”，也就是说，在对方的承受力到达底限之前，坏结果发生的概率已经高到让你难以承受了，那么，建议你最好不要先采用边缘政策的方法。

我们在运用边缘政策时，总有一种跌落边缘的风险。虽然我们回顾古巴导弹危机时，把它当做边缘政策的一个成功应用，但如果超级大国之间爆发一场战争的风险变成现实，我们对这一案例的评价就会完全不同。那时，幸存者一定会责怪肯尼迪完全不计后果，毫无必要地把一场危机升级为一场大灾难。然而，在运用边缘政策时，跌落边缘的风险很有可能变成现实。当参与边缘政策博弈的双方都不妥协时，局势就会完全失去控制，最终酿成悲剧。

趣味经济学小常识

边缘策略的目的是通过改变对方的期望来影响他的行动。我们可以加以运用，故意创造和操纵着一个在双方看来同样糟糕的风险，引诱对手退步与妥协。

当最后的傻瓜最可怕

著名的经济学家凯恩斯为了能够专注地从事学术研究，免受金钱的困扰，曾出外讲课以赚取课时费，但课时费的收入毕竟是有限的。于是他在1919年8月，借了几千英镑去做远期外汇这种投机生意。仅仅4个月的时间，凯恩斯净赚1万多英镑，这相当于他讲课10年的收入。但3个月之后，凯恩斯把赚到的利润和借来的本金输了个精光。7个月后，凯恩斯又涉足棉花期货交易，又大获成功。凯恩斯把期货品种几乎做了个遍，而且还涉足于股票。到1937年他因病而“金盆洗手”的时候，已经积攒起一生享用不完的巨额财富。

与一般赌徒不同，作为经济学家的凯恩斯在这场投机的生意中，除了赚取可观的利润之外，最大也是最有收益的收获是发现了“笨蛋理论”，也有人将其称为“博傻理论”。什么是“博傻理论”呢？凯恩斯曾举过这样一个例子：从100张照片中选出你认为最漂亮的脸，选中的有奖。但确定哪一张脸是最漂亮的脸是要由大家投票来决定的。试想，如果是你，你会怎样投票呢？此时，因为有大家的参与，所以你的正确策略并不是选自己认为的最漂亮的那张脸，而是猜多数人会选谁就投谁一票，哪怕

丑得不堪入目。在这里，你的行为是建立在对大众心理猜测的基础上而并非是你的真实想法。

生活中有许多例子与博傻理论是相通的。比如“十佳运动员”的评选，在这些投票当中，对于每个投票者的激励是：他如果“正确的”选中某些人，不仅要选中10个人，而且顺序也要正确，那么投票者将获得某种奖励。但是如何才能选中“正确的”人选呢？有“正确的”人选吗？得票多的就是正确的吗？或者严格地说，得票最多的是第一名，得票次之的是第二名，等等。因此，投票者能够选中的话，或者说被他提名的能够“当选”的话，关键是猜测别人的想法，猜测对了你就能获胜，猜错了，你则不能获奖。在这里，我们可以看到没有正确与否，或者谁应该选上、谁不应该选上的问题，而是投票的人相互猜测的结果。

其实，在期货与股票市场上，人们所遵循的也是这个策略。许多人在高价位买进股票，等行情上涨到有利可图时迅速卖出，这种操作策略通常被市场称之为傻瓜赢傻瓜，所以只能在股市处于上升行情中适用。从理论上讲，博傻也有其合理的一面，博傻策略是高价之上还有高价，低价之下还有低价，其游戏规则就像接力棒，只要不是接最后一棒都有利可图，做多者有利润可赚，做空者减少损失，只有接到最后一棒者倒霉。

人们之所以完全不管某个东西的真实价值，而愿意花高价购买，是因为他们预期有一个更大的笨蛋，会花更高的价格，从他们那儿把它买走。比如说，你不知道某个股票的真实价值，但为什么你会花20块钱去买一股呢？因为你预期当你抛出时会有人花更高的价钱来买它。所以，在资本市场中，人们之所以完全不管某个东西的真实价值而愿意花高价购买，是因为他们预期会有一个更大的笨蛋会花更高的价格从他们那儿把它买走。

再比如说艺术品投资，你之所以完全不管某件艺术品的真实价值，

即使它一文不值，也愿意花高价买下，是因为你预期会有更大的笨蛋花更高的价格从你手中买走它。而投资成功的关键就在于能否准确判断究竟有没有比自己更大的笨蛋出现。只要你不是最大的笨蛋，就可以稳赚了。如果再也找不到愿意出更高价格的更大笨蛋从你手中买走这件艺术品的话，那么，很显然你就是最大的笨蛋了，艺术品将砸在你的手里。

当然，肯定会有人成为最后的笨蛋。1720年，英国股票投机狂潮中就有这样一个插曲：一个无名氏创建了一家莫须有的公司，自始至终无人知道这是一家什么公司，但认购时近千名投资者争先恐后把大门挤倒。没有多少人相信他真正获利丰厚，而是预期有更大的笨蛋会出现，价格会上涨，自己能赚钱。饶有意味的是，牛顿参与了这场投机，并且最终成了最大的笨蛋。他因此感叹：“我能计算出天体运行，但人们的疯狂实在难以估计。”

有一天，有一个人去文物市场，有商人向他推销一个钱币，金黄色的，商人说这是金币，要卖100块钱。这个人一眼就看得出来这是黄铜，最多只值1块钱。于是这个人对商人说：“1块钱的东西，100块钱我肯定不会买，但是我愿意以5块钱买下来。”商人看他是识货的，不敢再骗人，最后以5块钱成交。这个人的朋友知道了这件事，对他说：“你真傻，明知道是1块钱的东西，你花5块钱买下来，那不是傻瓜吗？”这个人说：“是的，我很傻，但是，我知道有人比我更傻，我花5块钱买来的东西很快就有更傻的人以10块钱买走。”过了几天，果然这个人把这个“金币”以20元的价格卖了出去，净赚15元。这个人的理论是：“自己买贵了无所谓，只要找到一个比你更傻的人就成功了。”这就如同今天的房市和股市，如果是做头傻那是成功的，做二傻也行，别成为最后的那个最大的傻瓜就行。在这个世界上，傻不可怕，可怕的是做最后的那个傻瓜。

趣味经济学小常识

“博傻理论”所要揭示的就是投机行为背后的动机，投机行为的关键是判断“有没有比自己更大的笨蛋”，只要自己不是最大的笨蛋，那么自己就一定是赢家，只是赢多赢少的问题。如果再没有一个愿意出更高价格的更大笨蛋来做你的“下家”，那么你就成了最大的笨蛋。可以这样说，任何一个投机者信奉的无非是博傻理论。

第九章

理财经济学

为什么赚钱的总是温州人？为什么信用卡会“卡”住你未来的生活？为什么 2010 年人们买黄金就像买白菜一样疯狂？在金融危机的大环境下，如何理财显得更为重要了！如果你无动于衷的话，你勤苦赚来的钱将会慢慢蒸发掉……

为什么赚钱的总是温州人

一提到温州炒房团，让人又爱又恨。在我国楼市火爆的时候，温州几乎人人都会去炒房。钱不够，可以靠互助会周转，也可以向银行贷款，几个人合股买房。一般跑出去买房的，除非是专业炒房者，其他都是她们这些闲着的太太。

彭小姐也是炒房团中的一员。彭小姐回忆自己第一次去上海买房是在2004年，当年也是因为看到亲戚在上海买房涨了又涨，就拿了家里的闲钱去买房。因为跟亲戚学了炒房经，又听说普陀区曹杨路那里有个小区房子不错，就跟一个姐妹一起去上海买房。

2004年买的房子一共80万，首付了40%，也就是32万，其他分10年还贷。彭小姐每个月还贷4000多，房子那时候每月可以出租5000左右，不仅可以还房贷，还有点剩余。不过，她没有真的还10年贷款，在2年后就把这房子抛出去了，差价差不多有100万。

后来彭小姐又拿着这些赚来的钱，买了周边社区的一套房子，还跑去了昆山，在太仓那些地方买了些小房子。操作方法也差不多。她说自己一般不太喜欢看房产广告，选项目主要靠亲戚朋友间的互相沟通，然后“太太团”出发一起去看房。福州、泉州、宁波、无锡她们都跑过。

“决定之后再买，要买还是10套10套的买。”这句话出自温州的一位普通全职主妇。在温州，先生在外面做生意，太太拿着闲钱去投资。与其把钱存在银行，还不如拿这钱生钱。房子又是女人的最爱，她在享受买房所带来的快乐的同时，还能帮先生投资生财，何乐而不为？所以，

“太太炒房团”的队伍越来越壮大。

按照经济学的说法，温州人的炒房行为属于房地产投资行为。房地产投资有哪些特点呢？

1. 房地产投资对象的稀缺性

房地产投资对象是不动产，土地及其地上建筑物都是不可移动的。土地是有限的，是不可再生的。随着社会的发展，城市用地的需求量总是大于供给量，因此，房地产投资总是能够带来投资收益。这也使得投资不动产的成本很高。

2. 房地产投资的金额大

由于房地产总体投资金额较大，无论是对于个人来讲，还是企业来讲，这都是一笔巨大的支出，不像一般商品买卖可以在短时间内轻易脱手。

3. 房地产投资的长期性

无论是购买房地产待增值后再转让，还是投入资金开发房地产，这都需要少则三年，多则一二十年时间才能收回投资成本。对于房地产开发投资，投入和使用的建设开发期是相当漫长的。房地产开发要经过许多环节，从土地所有权或使用权的获得、建筑物的建造，一直到建筑物的投入使用，最终收回全部投资资金需要相当长的时间。对于购买房地产待增值后转让来说，它要受到房地产市场各个组成部分的制约，如受到土地投资市场、综合开发市场、建筑施工市场、房产市场的限制，其中特别是房屋的建筑安装工程期较长。投资者把资金投入房地产市场，往往要经过这几个市场的多次完整的运动才能获得利润。如果房地产投资的部分回收是通过收取房地产租金实现的，由于租金回收的时间较长，这样更会使整个房地产投资回收期延长。

4. 房地产投资的高风险性

由于房地产投资占用资金多，资金周转期又长。而市场是瞬息万变

的，因此投资的风险因素也将增多。加上房地产资产的低流动性，不能轻易脱手，一旦投资失误，房屋空置，资金不能按期收回，房地产投资就会失败。

金融危机中的房地产市场其实仍然潜藏着很多投资机会，关键就在于投资者是否善于发现并抓住这些机会。以下是对金融危机下投资房地产的几点建议：

1. 巧用公积金，偿还房贷

在金融危阴影的笼罩下，许多人都面临着减薪裁员等威胁，还贷压力自然就会上升。此时，家庭应该改变过往偿还房贷的策略，可以优先考虑使用住房公积金贷款。住房公积金贷款相对于其他银行房地产贷款来讲，具有较高的优惠利率，因此贷款成本更低，能够较大幅度地减少金融危机下的住房还款压力。此外，住房公积金贷款还有多个灵活的还贷方式，如一次性还款法，停还若干月法以及逐月还款法。因此，我们可根据自己的实际情况选择合适的住房公积金贷款方式。

2. “以大换小”，置换住房

“以大换小”也是应对金融危机的一个有效方法。与通常意义上所指的“以小换大”相反，“以大换小”是指卖掉大房子，换成小房子。在经济繁荣时，人们会按照当时较高的收入水平选择质量较佳的住房，尤其是一些月供额较高的高尚住宅。但是，金融危机爆发以后，人们的资产和收入都普遍出现了大幅度缩水，高昂的住房支出在收入中的比重急剧上升，从而加大了还贷的压力。这时，投资者可以考虑出售过于奢华的大房，换成经济适用的小房，从而减少开支，以应付金融危机的冲击。

30岁的李先生在金融危机爆发前是一家外资公司的高薪白领，每月工资有18000元人民币。由于其薪水较高，因此李先生就通过银行贷款购买了一个位于黄金地段的高尚住宅，每月还款额为12000元。很不幸

地，李先生在金融危机中遭受到裁员的厄运，目前在一家小公司任文员，每月只有 6500 元的月薪，根本不能满足房贷的支付。后来，李先生采取了“大房换小房”的策略，将原来的高尚住宅出售，改买另一套经济住房，现在每月的总还款额只要 4000 元，从而大大减轻了经济负担，顺利渡过经济危机。

3. 趁低吸纳，把握机会

金融危机其实为投资者创造了一个投资于房地产市场的大好机会。金融危机使得大部分房地产的价格都出现了大幅度的下跌，资产泡沫的风险已大为降低，一些地区的房地产市场甚至出现了超跌的现象，因此投资者比以往更容易找到物超所值的房地产。此外，我国的房地产市场仍然具有十分广阔的发展前景，原因有两个：

(1) 我国是一个人口大国，住房需求相对较大。

(2) 我国经济目前正处于快速增长的阶段，由此会推动房地产市场的进一步蓬勃发展。

所以，投资者要把握金融危机这个机会，趁低吸纳房地产，实现置业以及房地产投资增值的理想。

4. 重点投资优质房地产

当投资者投资房地产市场时，一定要优先选择高质量的房地产，因为这种房地产具有在经济繁荣时价格上涨速度快、经济衰退时抗跌能力强的优点。投资者在选择优质的房地产时应注重以下三个方面：

(1) 地区的经济发展潜力。土地增值潜力是房地产增值一个很重要的来源，而土地的价值主要取决于该地区的经济发展前景。

(2) 建筑物的质量。因为建筑良好、环境舒适的房地产永远比其他房地产更容易受到投资者的青睐。

(3) 坐落地区的环境对房地产的价格同样非常重要。通常，地处商业繁华区或者交通道口的房地产价格一般较高。

5.实现房地产的分散化投资

投资者要通过分散化来控制房地产投资风险。虽然在金融危机中资产泡沫风险已大为降低，并潜藏着巨大的投资机会，但风险并没有因此而消失，投资者仍然需要对风险加以控制。房地产市场的分散化投资主要包括三个方面：

(1) 房地产种类的分散化。即投资房地产的种类多，譬如可以包括新楼房、二手房、商铺、高尚住宅、平民公寓等。

(2) 要实现地区的分散化。位于同一地区的房地产具有很强的相关性，投资者应选择投资于不同地区的房地产以降低风险的联动性。

(3) 投资方式的分散化，比如采取直接购买房地产与购买“楼花”和间接购买房地产等方式相结合。

6.关注旧城区的房地产

投资旧城区的房地产也是一个应对金融危机的选择。旧城区重建是政府基础建设投资的一个重要领域。旧城区的建筑随着时间的推移会变得越来越不合时宜，从而妨碍到城市建设的发展，所以旧城区重建是不可避免的。当政府或者开发商决定要进行旧区重建后，就会从原有住户的手中将他们的房地产买下来，再实施重建。为了能够顺利开展旧区重建的计划，政府或者开发商一般会开出比市场更高的优惠价格。因此，投资者可以趁着金融危机时旧城区房地产价格大幅下降的机会进行投资，然后等待拆迁补偿，从而实现更高的投资回报。

7.投资房地产投资信托基金 (REIT)

金融危机下，大多数投资者的收入都普遍出现了下降。此时，投资房地产投资信托基金是一个间接投资房地产市场的不错选择。房地产投资信托基金的资金门槛很低，投资者只需很少的资金就可以进行此类投资。此外，投资者在投资 REIT 后虽然不能直接拥有房地产所有权，但却能定期获得基金在房地产市场上的投资利润，从而省去了管理房地产的

麻烦。REIT 的价格在金融危机中遭受了严重的打压，此时投资者应把握这个机会，根据自己的资金状况投资一定份额的 REIT 基金。

趣味经济学小常识

房地产投资是指投资者将其资金投入房地产业，以期在未来获取预期收益的经济活动。

炒期货最忌讳跟风

吴先生在期货市场泡了十多年，金融风暴这波大行情，让他的资金一下从 60 万元暴涨至 1000 万元。老李专门从事农产品期货市场研究，也从未间断亲自操盘投资。多年进行农产品研究，让老李本人坚信国家会不惜一切保护农民利益。老李预测，国家一定会大量收储大豆，而且会提高收购价。2008 年 10 月，国家收储大豆 150 万吨，收购价高于期货价。当时市场上还有人不相信这是真的。吴先生预测国家还会收储，还会提高收储价，他给许多朋友讲，有些朋友还不相信。

老李从大豆每吨 3000 元时开始建多头仓单，之后一直看“多”。2008 年 12 月底，国家再次收储大豆 150 万吨，2009 年 1 月，国家第三次收储大豆 300 万吨。大豆价格一路攀升，春节过后，吴先生平仓时已经赚了 1 倍多。依据同样的判断和分析，采用同样的模式，2008 年 12 月，老李从每吨 2800 元开始做多白糖，直到春节过后，白糖涨到每吨 3100 元时平仓，又赚了一把。

期货是相对于现货的一个概念。从严格意义上来说期货并非是商品，而是一种标准化的商品合约，在合约中规定双方于未来某一天就某种特定商品或金融资产按合约内容进行交易。

期货交易与现货交易有明显不同，现货交易必须要有现货，但是期货交易却不需要现货；期货交易的目的是不是获得实物，而是回避价格风险或套利，一般不实现商品所有权的转移。期货市场的基本功能在于给生产经营者提供套期保值、回避价格风险的手段，以及通过公平、公开竞争形成公正的价格。

那么，个人或企业在进行期货投资时要注意哪些问题呢？

1. 切记盲目跟风

因为期货交易要在期货市场上进行，所以期货理所当然的要受到价格变化的影响，而期货价格的变化又受许多复杂因素的影响，其中人们的跟风心理对期货市场影响很大。在期货投资中，具有跟风心理的人看见别人纷纷买进某一种期货时，自己也深恐落后，哪怕自己根本就不了解期货市场规模，也去进行自己并不了解的期货交易。而有时看到别人受损离场时，也不问他人离场理由，就糊里糊涂地把自己的期货出手，不管自己的期货会不会升值。在期货市场上，就是因为有这种盲目跟风心理在作怪，所以才导致期货市场波澜不断。而一旦群体跟风买卖期货，就会导致期货市场供求失衡，供大于求，期货价格一落千丈。这时候，受损的还是自己。所以，投资者要树立自己买卖期货的意识，不能跟着别人的意志走。

2. 合理分析期货市场

在分析期货市场的时候，投资者一定要保持一颗平常心，客观地进行分析。由于未来因素对当前期货价格变化影响较大，所以，对未来经济走势的判断，准确把握行情变化至关重要。在对未来的期货市场走势进行分析时，既不能因为当前低迷的经济形势而产生悲观情绪，影响对今后的行

情判断。也不能因为当前较快的增长速度而盲目自信。任何时候投资者都应保持一颗平常心，只有这样，对后期走势的分析才比较客观。

1999~2003 年期间，尽管世界经济尚处于因为互联网泡沫破灭引起的持续下跌过程中，但与 GDP 变化关联度较大的有色金属价格开始止跌企稳，从 1999 年 3 月至 9 月，沪铜指数上涨 40%左右；2002 年 8 月至 2004 年 3 月，沪铜指数上涨 105%。反之，尽管世界经济增速尚未大幅下跌，但如果市场普遍预期未来经济将要回落，则商品期货价格会冲高回落。如 2007 年初，尽管美国次级债危机刚刚爆发，尚未对世界经济形成明显冲击，但沪铜指数由 2007 年 3 月份的最高 75000 点左右跌至 11 月份的 50000 点左右，8 个月内大幅回落 31%，2008 年 12 月进而跌至 22400 点附近，最大跌幅 70%左右。

世界经济的市场变化肯定会影响期货市场。所以，投资者在对期货市场进行分析时，还要尽量降低当前因素对期货价格影响过重。如果当前因素对期货价格影响太重的话，这样的期货市场就危险了，投资者应该避免进入这样的危险市场。

3.关注 GDP 变化

宏观经济形势变化对期货价格走势的影响最大也最持久。而一个国家的 GDP 的增速变化会影响到该国失业率的高低、各个行业产品的供求，进而影响到未来一段时期内期货价格的变化，而这些变化就是一种宏观经济形势的变化。因此，在对期货市场进行预测时，一定要认真研究 GDP 的变化、失业率的变化、PMI 指数的变化等，通过研究这些变化来把握今后宏观经济的发展动向和商品价格变化的大体去向。这样就能为购买好的期货提供依据。

4.不要把期货市场当成赌场

期货市场是一个可以让你获利的地方，但是不是赌场，它不能让你一夜暴富。而幻想着一夜暴富的投资者往往具有一种赌博心理。这种人

一旦在期货投资中获利，就会被胜利冲昏头脑，他们希望获得更多的利益，并且认为要是把所有的资本都押上去的话，就能获得更多的利益。于是他们就像赌棍一样加注，恨不得把自己的身家性命都押到期货投资上去，可他们没有那么好的运气，等他们把全部资产都押上去的时候，期货市场就开始降价了。当在期货投资上失利时，这种人不但不能吸取教训，还总是想去把损失的资产再赚回来，于是常常不惜背水一战，把资金全部投在期货上，最后这类人多半落得个倾家荡产的下场。期货市场不是赌场，投资者不要意气用事，而是要分析风险，建立投资计划，安排好投资资金比例。

趣味经济学小常识

期货投资是相对于现货交易的一种交易方式，期货投资是在现货交易的基础上发展起来的，通过在期货交易所买卖标准化的期货合约而进行的一种有组织的交易方式。期货交易的对象并不是商品本身，而是商品的标准化合约，即标准化的远期合同。

如何投资黄金

2010年11月，市场上无论是金价，还是金首饰价格均创有史以来最高，但是高昂的金价未能阻挡老百姓购买黄金、黄金饰品的热情，反而更刺激了购买欲。在有“中国黄金第一家”之称的北京菜百公司各柜台前，人潮涌动，用“买黄金像买菜一样”来形容黄金销售的火爆一点

也不为过。由于2010年股市持续低迷，楼市高处不胜寒，一些人把目光盯住了金灿灿的黄金，黄金正在成为人们继股票、住房之后的第三大投资。

黄金作为一种永久、及时的投资方式越来越受到人们的青睐。因为黄金作为一种货币，具有不变质、易流通、保值、投资、储值等多种功能。当然，随着国际经济的波动，黄金的价格也会有变动，不过任何时候，就算所有的纸币都不能花了，黄金仍可以充当货币。所以，黄金成为人们投资宠儿，尤其在不确定的经济、政治环境之中。

2007年爆发的这场金融危机不仅是百年来最严重的一次危机，也对改变全球经济格局和金融体系产生深远的影响和冲击。在短期内，各国的经济很难复苏。俗话说：“盛世古董，乱世黄金”，作为投资避险品、硬通货的黄金正受到越来越多投资者的偏爱。要想在金融危机下动荡不定的黄金市场淘得真金，我们应该怎样投资黄金呢？

1. 独立分析，合理决策

在金融危机的大背景下，炒金的热潮高温不降。大大小小的场外黄金交易单位不断涌现，新闻、网络等信息对金价走势的分析也是众说纷纭。这时，投资者更需要冷静地独立思考，做出合理决策，尽量做到在面对各种投资讯息时，不盲目跟风，冷静地对信息加以过滤分析。另外，在参与黄金交易之前，还需要了解该公司是否获得相应从事黄金投资业务的资格，遴选规范、实力强的单位所推出的适合自身财务情况和风险偏好的黄金投资品种。

2. 增加黄金投资比例

在金融危机下，黄金价格有较好的上升趋势。一方面，美元的贬值预期会使投资者产生金价上涨的市场信号。一般认为，美国政府和美联储为应对金融危机，挽救岌岌可危的美国经济和金融市场所注入的史无前例的2.5万亿美金会在一定程度上导致美元贬值。另一方面，黄金需

求量的增加也会促进金价的上涨。据世界黄金协会统计，2009 年第一季度，黄金总需求量增加了 30% 以上。在这种经济大环境下，投资者应当适当提高个人资产组合中黄金资产所占的比例。

3. 与其他投资方式相结合

为更加有效地应对金融危机，应尽可能地将黄金投资与其他投资方式相结合。这种结合至少有两方面的好处。第一，由于市场动荡，金价难免会出现短期的波动，此时借鉴其他投资方式的经验，有利于把握黄金价格的变动规律。比如，在纸黄金交易中，由于其具有证券交易的特征，可以适当借鉴证券投资经验。第二，这种投资组合能利用黄金价值的相对稳定性及其与其他资产价格的负相关性，以对冲风险。

4. 抓住市场机遇

当全球经济健康发展时，金价很少出现大的波动。但在金融危机中，国际金价往往会在短期内出现剧烈的波动。例如，在危机最严峻的时刻，2008 年 11 月的金价一度跌至最低谷 754 美元/盎司。此时正是黄金投资者最佳的入市时间，一年后金价持续上涨至 1170 美元/盎司，涨幅达一半以上，迎来了黄金市场的大牛市。因此，投资者要积极分析市场，把握市场趋势，选准买入时机。比如，在上升的趋势中趁跌买入，在下降的趋势中逢涨卖出。

2008 年底，小周在分析黄金走势之后，认为金价将在年底和明年年初存在波动行情，并结合国际原油、美元汇率、美国经济等走势，制定出了自己的短期投资策略：应在 175 元/克做多，而且若金价在春节前稳定在 187 元/克，则年后会突破前期的高位。于是，小周在 175 元/克买入了 10 手，12 月 19 日以 188 元/克卖出 6 手减少风险，12 月 30 日以 193 元/克平出 4 手，继而又以 192 元/克放空 3 手。由于春节期间不开市，会有很多不稳定因素影响金价，所以小周又在 2009 年 1 月 20 日以 184 元/克平出空单。这样，如此短线操作，共让小周赚了 17 万！

5. 跨市套利

黄金市场和外汇市场是两个互为独立、互为联系的市场。如果条件容许，投资者应当考虑利用两个市场之间的变动差异进行跨市套利。在金融危机下，外汇市场也会像黄金市场一样出现大幅波动。比如，当人民币升值时，同样数量的人民币可以兑换更多的外汇。因此，黄金投资者可选择利用汇率的优势购入黄金，这样不仅能降低投资者的即时成本，而且能更好地起到抗通货膨胀的作用。

6. 注意风险管控

金融危机下的投资市场本身就有着不小的系统风险，如果一味追求风险最小化，反而会放弃过多的收益，最终可能会得不偿失。风险管理的本质是结合投资者个人的风险偏好和财务状况，确定风险与收益的最优组合。如风险承受能力较高的投资者可以更多地进行短期套利操作，而风险厌恶程度高的投资者可以选择中长期持有策略。在这样动荡不定的市场环境下，投资者事先应对风险有一定的心理预期，提前制定应对方法。适当设置“止损点”是一种控制投资风险的有效方法。

趣味经济学小常识

作为一种世界通行的硬通货，黄金具有其他货币不可比拟的价值地位，能够避免因为经济、政治等风险而发生系统性的资产贬值。黄金投资的种类包括了实物黄金、纸黄金、黄金基金、黄金股票、黄金保证金交易、黄金期货和黄金期权七大类。它们具有不同的风险收益特征，需要相应的投资策略。

没有保险就是财务裸体——保险投资

著名理财专家刘彦斌曾说过，“一个人需要买保险，就如同一个人需要穿衣服；一个人没有买保险，就如同一个人赤身裸体。没有保险，就是财务裸体。这个社会那么多风险，你却在枪林弹雨中裸奔？”这形象地说明了，在现代社会，保险有多么重要！

保险是风险管理工具而非投资工具，我们付出保费得到的最大回报是那份无形的且在关键时刻能够发挥巨大作用的保障，而不仅仅是金钱层面上能拿回多少。同时，作为风险管理工具，那份保障是需要消耗成本的。

我们无时无刻不在进行着风险管理，例如我们把肉菜放到冰箱、把碗筷放到消毒柜消毒，我们每天保持家中清洁，等等，这些都是需要成本的，保险也需要成本。一纸保单所提供的是一种保障，是对于未来不确定风险的预防，是在人身遭受意外伤害时，对人身伤害的给付。理财是为明天的生活存储今天的财富，保险就是为未来存今天的钱。买保险就是买自己的未来，买自己的养老。

根据保险标的的不同，保险可分为财产保险和人身保险两大类。

财产保险是指以财产及其相关利益为保险标的的保险，包括财产损失保险、责任保险、信用保险、保证保险、农业保险等。财产保险是以有形或无形财产及其相关利益为保险标的的一类补偿性保险。

人身保险是以人的寿命和身体为保险标的的保险。当人们遭受不幸事故或因疾病、年老以致丧失工作能力、伤残、死亡或年老退休时，根

据保险合同的约定，保险人对被保险人或受益人给付保险金或年金，以解决其因病、残、老、死所造成的经济困难。

根据经营机构的不现，保险又可分为商业保险和社会保险。

商业保险是指按商业原则经营，以营利为目的的保险形式，由专门的保险企业经营。所谓商业原则，就是保险公司的经济补偿以投保人交付保险费为前提，具有有偿性、公开性和自愿性，并力图在损失补偿后有一定的盈余。商业保险大体上可分为财险、车险、航运险和人寿保险几大类。人寿险又可分为寿险、健康险和意外伤害险三类。

社会保险是一种为丧失劳动能力、暂时失去劳动岗位或因健康原因造成损失的人口提供收入或补偿的一种社会和经济制度。社会保险计划由政府举办，强制某一群体将其收入的一部分作为社会保险税（费）形成社会保险基金，在满足一定条件的情况下，被保险人可从基金获得固定的收入或损失的补偿，它是一种再分配制度，它的目标是保证物质及劳动力的再生产和社会的稳定。社会保险的主要项目包括养老社会保险、医疗社会保险、失业保险、工伤保险、生育保险、重大疾病和补充医疗保险等。社会保险不以营利为目的，运行中若出现赤字，国家财政将会给予支持。

两者相比较，社会保险具有强制性，商业保险具有自愿性；社会保险的经办者以财政支持作为后盾，商业保险的经办者要进行独立核算、自主经营、自负盈亏；商业保险保障范围比社会保险更为广泛。

显而易见，保险不同于一般的普通商品，选择保险更重要的是要看保险服务带来的价值，而非对比价格来决定保险是否适合自己。那么，我们怎样才能买到适合自己的保险呢？

1.量入为出

作为一个理智的消费者，应该根据自身的年龄、职业、收入等实际情况，力所能及地适当购买人身保险，既要使经济能长时期负担，又能

得到应有的保障。

2. 确定保险需要

购买适合自己或家人的人身保险，投保人有三个因素要考虑：一是适应性，二是经济支付能力，三是选择性。个人或家人都不可能投保保险公司开办的所有险种，只能根据家庭的经济能力和适应性选择一些险种。

3. 重视高额损失

从现实来看，损失的严重性是衡量风险程度非常重要的一个指标。一般来讲，较小的损失可以不必要保险，而严重程度的损失是适合于保险的。在购买保险前，作为投保人应该充分考虑所面临的损失程度有多大，程度越大，就越应当购买这种保险。

4. 利用免赔额

免赔额是指保险人根据保险的条件作出赔付之前，被保险人先要自己承担的损失额度。因为免赔额能消除许多小额索赔，损失理赔费用就大为减少，从而可以降低保费，所以免赔额条款在财产、健康和汽车保险中得到广泛使用。

5. 合理搭配险种

如果你准备购买多项保险，那么你应当尽量以综合的方式投保。因为，它可以避免各个单独保单之间可能出现的重复，从而节省保险费，得到较大的费率优惠。

趣味经济学小常识

公元前 916 年，罗德岛的国王为了保证海上贸易的正常进行，制定法律，规定某位货主遭受损失，由包括船主、所有该船货物的货主在内的受益人共同分担。在公元前 260 年~公元前 146 年，布匿战争期间，古

罗马人为了解决军事运输问题，收取商人 24%~36% 的费用作为后备基金，以补偿船货损失，这就是海上保险的起源。

基金投资的注意事项

30 岁的小郑上了三年班，手中有了一点闲散资金，想买点股票，但心里一盘算，自己对股票一窍不通啊！后来听同事说，可以买些基金，基金都是专家在帮着理财，虽说收益不如股票，但风险比股票小多了。小郑听了同事的建议，于是就到银行买了一只基金，一元一份，买了 5 万元。没过多少日子，股市开始下跌，这眼看着股市就跌了 100 点。心急的小郑去银行一打听，自己的基金也缩水了，现在变成了 0.95 元。按捺不住的小郑想把基金赎回。但此时理财专家告诉他，基金属于长期投资的品种，如果频繁炒作，亏的会更多。听从了专家的建议后，小郑索性连看也不看了。

没过多久，股市反弹，小郑的基金也开始回升，竟然涨到了 1.2 元，小郑心里乐开了花，这时候，理财专家建议他等些日子再赎回，这只基金还有上涨的空间。过了一段时间，这只基金竟然涨到了 1.8 元，小郑想，都已经涨了 8 毛钱了，差不多了，于是果断地赎回了基金。小郑在心里一盘算，自己这段时间竟然挣了 4 万元，他心想：看来，对于刚刚有点积蓄，但又不能承受较大风险的年轻人来说，投资还是基金保险！

我们现在说的基金通常指证券投资基金。证券投资基金是一种利益共享、风险共担的集合证券投资方式。即通过发行基金单位，将众多投资者的资金集中起来，由基金托管人托管，基金管理人管理和运用资金，

从事股票、债券等金融工具投资，并将投资收益按基金投资者的投资比例进行分配的一种间接投资方式。

证券投资基金是一种利益共享、风险共担的投资于证券市场的集合投资理财方式，基金投资人享受证券投资的收益，也承担因投资亏损而产生的风险。

根据基金单位是否可增加或赎回，基金分为开放式基金和封闭式基金。

开放式基金是世界各国基金运作的基本形式之一。基金管理公司可随时向投资者发售新的基金单位，也需随时应投资者的要求买回其持有的基金单位。目前，开放式基金已成为国际基金市场的主流品种，美国、英国以及中国的香港和台湾的基金市场都有 90%以上是开放式基金。

开放式基金是指上市型开放式基金发行结束后，投资者既可以在交易所买卖该基金，也可以在指定网点申购或赎回基金份额。投资者如果是在交易所网上买进的基金份额，想要在指定网点赎回，要办理一定的转托管手续；同样，如果是在指定网点申购的基金份额，想要上网抛出，也必须办理一定的转托管手续。

封闭式基金属于信托基金，是指基金规模在发行前已确定、在发行完毕后规定期限内固定不变并在证券市场上交易的投资基金。

根据组织形态的不同，基金可分为公司型基金和契约型基金。

公司型基金指基金本身为一家股份有限公司，公司通过发行股票或受益凭证的方式来筹集资金。投资者购买了该公司的股票，就成为该公司的股东，凭股票领取股息或红利、分享投资所获得的收益。

契约型基金又称为单位信托基金，指专门的投资机构共同出资组建一家基金管理公司，基金管理公司作为委托人通过与受托人签订“信托契约”的形式发行受益凭证，基金单位持证来募集社会闲散资金。目前中国证券投资基金均为契约型基金。

根据投资对象的不同，基金可分为股票基金、债券基金、货币市场基金等。

股票基金是投资基金的主要种类，是以股票为投资对象的投资基金，其主要功能是将大众投资者的小额资金集中为大额资金，投资于不同的股票组合，是股票市场的主要机构投资者。

债券型基金绝大多数以开放式基金形态发行，是以债券为主要投资标的的共同基金。目前中国大部分债券型基金属性偏向于收益型债券基金，以获取稳定的利息为主，因此，收益普遍呈现稳定成长。债券型基金的买卖方式与股票基金大致类似。但费用上有所差别。一般来说，债券型基金不收取认购或申购的费用，而赎回费率也较低，如某债券基金，持有期限超过 30 日，免收赎回费，持有期限在 30 日内，收取 0.1% 的赎回费。

货币市场基金是指投资于货币市场上短期有价证券的一种基金。该基金资产主要投资于短期货币工具，如国库券、政府短期债券、商业票据、银行定期存单、企业债券等短期有价证券。

那么，作为一个新基民在投资基金时应该注意什么呢？

1. 投资基金，最忌讳的是你用价值投资的手段分析一只基金，却用短线手法来交易。频繁的短线交易，不过是为券商带来了丰厚的手续费。短线交易、波段操作的难度其实大于长线投资，即使运气好，也不过只能挣点蝇头小利，因为缺乏足够的定力，常常在买进几天之后就匆匆卖出，然后再去寻找另外一只基金。

2. 如果想要获得 10 年 10 倍的收益，换一种思路或许也能做到，很多人在基金上交易，都希望每年能获得巨额收益，比如一年翻番甚至更多。但结果总是事与愿违，常见的结局是，在 10 年或者更短的时间内，你的本金已经所剩无几。如果适当降低你的目标，每年稳定获得 30% 的年收益，10 年后也可以获得 10 倍的收益。

3.有一个“72 法则”可以简单快速测算出你的资金翻番需要多长时间，用 72 除以你的预期年收益率的分子，得出的数字就是你的资金翻番需要的年数。假如你预期年收益是 9%，你的资金大概在 8 年后翻番；假如你的预期年收益为 12%，大概需要 6 年的时间实现翻番。所以，在基金投资上，投资者宜放长线钓大鱼。

趣味经济学小常识

基金相对于股票来说，更适合投资知识欠缺，时间比较紧张的中小投资者，特别是刚参加工作的年轻人，这些都是由基金的特点决定的。

炒股就是炒心理

小张是位新股民，由于股票没做好，心境变得很乱，显得非常急躁。当小张的资金从 80 万元亏到 60 万元的时候，他已经坐卧不宁，频繁换股，股票只要一跌就卖，且很快就买了其他股票。任何因素造成的股票下跌都会使他换股，没有了起码的思维能力，下跌的本质更无从判断，心态受到了严重的破坏，没有了承受能力，虽然股票又涨了，可他早卖掉了。最后资金严重缩水，损失达 50%。这种现象在投资者中并不在少数，频繁换股对投资者来说是不可取的。

世界著名投资大师巴菲特说：“钱在这里从活跃的投资人流向有耐心的投资者。许多精力旺盛的有进取心的投资人的财富渐渐消失。”在股票投资市场上，交易次数与盈利多少没有直接关系，但是过多的交易次

数则必然和投资失误的次数有一定关系。因此，如果没有必要的话，投资者不要增加换股的次数，相反，在条件许可的情况下，可以长期持有某只股票。

投资者追求短期股票投资收益的心态，主观上造成了“短线操作，频繁换股”现象的产生。在股票投资过程中，所有投资者都希望自己的本金能够迅速增值，这是人之常情。但是，有的投资者盲目地、过于频繁地买卖股票，这是不可取的。大量的实例表明，投资者进行短线操作的总体收益率并不是很高，却为此付出了极大的机会成本——长期持有股票会享受由升值与分红带来的收益；而频繁买卖股票的同时付出了大量的交易费用，这增加了股票投资的成本，降低了投资收益。

股票的价格变化经常会受到多种因素的影响，不论是上升通道还是下降通道的股票，其中间的过程一定会有波动，但投资者的心理波动往往会大于股价的波动，心态变化是我们频繁换股的主要原因。不是我们拿不上好股票，也不是我们不知道什么股票好，而是手里的股票拿着不涨，甚至在下跌，调整了好长时间仍在调整，而大盘在涨，热点股每天在涨，我们的心里承受不了这样的现实。于是我们换股，换一只不调整的，换一只正在上涨的，换一只热点股，但换来换去，我们换来了什么？

对于受诸多复杂因素影响而不断波动的股票市场的未来走势，是很难作出明确判断的，在“资金、信息、技术”等各方面处于相对弱势的普通投资者确实是知之甚少的。因此，假设你不是一个高手，就不应该过高地估计自己的能力，把眼光放长远一点，不要贪图暴利，因小失大，并应该坚决放弃由于“自负”心理作祟而引发的频繁换股操作，以避免盲目性，在投资过程中尽量少犯错误。

换股并不一定是坏事，但选择非常重要，如果选择好了，坚持是必要的。频繁换股只能让你的资金受到损失，也会影响你的心态和判断力。在股票投资中，首先应注意的是，在一个趋势形成之前不要轻举妄动；其

次，在趋势形成初期，戒除贪念和恐惧的干扰，顺势而为。而一旦趋势发生变化，则应该冷静地进行分析观察，多看少动，切忌盲目买卖股票。

为了减少频繁换股给投资者带来的损失，在股票投资过程中，一方面，投资者应该更多地关注那些具有成长潜力的上市公司，有选择地长期持有其股票，分享其成长所带来的投资收益；另一方面，对于那些投资前景十分有限却拥有稳定经营业绩，可以带来大量现金流的公司，投资者也应该给予足够的重视。在一定条件下，长期持有这类公司的股票，从其年终分红中获得收益。

当然，我们并不是要求投资者完全放弃短线操作，我们希望投资者在进行短线操作的同时，同样重视长线投资可能给自己带来的双重收益，做到长短并重，全线出击，实现股票投资收益最大化的目的。

趣味经济学小常识

在变幻莫测的股票市场，频繁换股是导致投资决策失败的重要因素之一。很多时候，频繁换股只能抓住一些小的机会，而往往错过大的机会。炒股操作不用太频繁，而需要耐心和镇定。

债券投资的优越性

债券以风险小、信用好等优势赢得了很多人的青睐，生活中，不管是理财还是投资，债券是很多人在理财的时候都会选择的投资工具。

30岁的小郭去年和单位的同事小陈结婚。两人都属于比较保守的理

财一族，平时两人的工资大部分都会存进银行，很少去购买理财产品。婚后，由于要付房贷、车贷，再加上明年宝宝的出生，两人明显感觉到有些力不从心。在一番琢磨之后，两人决定购买一些理财产品，来扩充自己的小金库。经过对基本理财工具知识的学习，小郭夫妻结合自己的实际情况，在众多理财工具中一致通过，把债券理财放在家庭理财的首要位置，它们觉得自己属于比较保守的人，面对股市中的大起大落，有些承受不起，所以选择债券理财，这样既能获得高于银行的收益，又能安稳地“睡大觉”。

债券是一种有价证券，是社会各类经济主体为筹措资金而向债券投资者出具的，并且承诺按一定利率定期支付利息和到期偿还本金的债权债务凭证。由于债券的利息通常是事先确定的，所以，债券又被称为固定利息证券。目前，中国的债券主要有国债、金融债券、公司债券和可转化债券。

1. 国债

国债是由财政部代表中央政府发行的债券，以国家信用作为偿还的保证，国债在所有债券品种中信用等级最高，而且购买国债的利息免征个人所得税，但国债的票面利率是最低的。国债主要分为储蓄式国债和记账式国债。

(1) 储蓄式国债是通过银行系统面向个人投资者发行的一种债券。储蓄式债券自购买之日起计息，可记名、可挂失，但不能上市流通；可提前兑付，按照实际持有时间和相应利率档次计息。

(2) 记账式国债主要面向机构投资者发行，以电脑方式记录债权，通过无纸化方式发行和交易，可以记名、挂失，可上市流通，自发行之日起计息，每年付息一次。记账式国债须开设账户，可在银行开设国债托管账户，也可通过证券公司在证券交易所开设账户。

当然，任何投资都是风险和收益并存的，国债同样也不例外。在政

局稳定的情况下，投资储蓄式国债没有亏本的可能，但只能获得利息收入。投资凭证式国债除了利息收入外，还能获得买卖债券的差价。这种债券的风险在于如果持有到期就不会亏本，但如果“中途”卖出就有可能发生亏损。

另外，投资国债面临的最大的风险是利率风险，降息会使国债价格上升，加息会使国债价格下跌。个人投资者如果想要购买国债的话，最好选择中短期国债（10年以内），这样利率风险相对要小一点儿。

2. 金融债券

金融债券是由银行和非银行金融机构（保险公司、证券公司等）发行的债券，是面向机构投资者发行的，个人投资者无法购买和交易。金融债券是在银行间债券市场进行交易的。金融债券票面利率通常高于国债，但低于公司债券。

3. 公司债券

公司债券是指由非金融公司发行的债券。公司债券票面利率高于国债和金融债券。部分公司债券面向社会公开发行，在证券交易所上市交易，个人投资者可以购买和交易。投资公司债券最大的风险是发债公司的违约风险，一旦发债公司经营不善，不能按照当初的承诺兑付本息，就会导致债券价格大幅下跌，使投资者蒙受损失。

4. 可转换公司债券

可转换公司债券是由上市公司发行的，在发行时标明发行价格、利率、偿还或转换期限，债券持有人有权到期赎回或按照法定程序在规定的期限和价格内依照约定的条件可以转化为普通股票的公司债券。可转换债券具有公司债券的一般特征，但它和公司债券有一定的区别：持有人在一定期限、一定条件下，可将持有的债券转换成一定数量的普通股股票，它是一种介乎于股票和债券之间的混合型金融工具。

债券是一个既能获得高于银行储蓄存款收益率，又能保持本金安全

和稳定的金融产品，相较于其他投资工具来说，债券具有以下优点：

1.可定期获利及收回本金

债券投资属于债权性投资，因此，债券持有人定期获取利息，并到期收回本金。

2.债券投资的风险较小

债券具有规定的还本付息日，其求偿权位于股东之前，因此债券投资到期能够收回本金。特别是政府发行的债券，由于有国家财政力作后盾，其本金的安全性比较高，通常视为无风险证券。

3.债券投资的收入较稳定

债券的收益是按照票面金额和票面利率计算的利息收入及债券转让的差价，与发行公司的经营状况无关，因而其投资的收益比较稳定。

4.债券价格的波动性较小

债券的市场价格尽管有一定的波动性，但由于前述原因，债券的价格不会偏离其价值太多，其波动性相对较小。

5.市场流动性较强

许多债券如政府及大企业发行的债券，一般都可以在金融市场上迅速出售，具有较好的流动性。

债券这些固有的优势，决定债券投资者不需要像银行储蓄存款者一样，为了省事把资金存放在银行里睡大觉，以至于收益率甚微；也不会像股票投资者，尤其是短线投资者那样每天惊心动魄地关注股票市场的起伏跌落，从而承担很大的风险。

趣味经济学小常识

可转换公司债券是一种“攻守兼备”的投资品种，如果股票市价高

于转股价，投资人可以将持有的债券转换成股票，然后抛出股票获利；
如果股票市价低于转股价，投资人可以选择到期兑付持有的债券。

一定要用好你的信用卡

信用卡于 1915 年起源于美国。最早发行信用卡的机构并不是银行，而是一些百货商店、饮食业、娱乐业和汽油公司。美国的一些商店、饮食店为招徕顾客，推销商品，扩大营业额，有选择地在一定范围内发给顾客一种类似金属徽章的信用筹码，后来演变成为用塑料制成的卡片，作为客户购货消费的凭证，开展了凭信用筹码在本商号或公司或汽油站购货的赊销服务业务，顾客可以在这些发行筹码的商店及其分号赊购商品，约期付款。这就是信用卡的雏形。

信用卡是一种“透支卡”，即卡里不需要有钱，你也可以刷卡消费。银行会给你审批一个信用额度，比如每月 3000 元，你一个月就可以不存钱先消费 3000 元，等到下个月再还，如果及时还款，就不用支付任何利息。但如果你到了下个月不能全部还清这 3000 元，怎么办呢？这样也可以，不过你必须至少还上最低还款额。最低还款额是指，上个月你刷卡消费后必须还给银行的欠款总额的一个百分比。有的银行是 10%。比如你上个月消费了 3000 元，这个月如果你手头紧，就可以只还 300 元，剩下 2700 元可以等有钱了再还。当然，银行会算利息，而且很高，所以最好还是全额还款。

现在很多银行都在推广信用卡业务，对开通信用卡的用户给予优惠，搞促销活动，办卡赠礼品，等等。一般只要你有稳定收入，都可以办理

信用卡。可以说办理信用卡的门槛是非常低的，这也是让年轻人热衷于办理信用卡的诱因。

我们在使用信用卡时，最需要注意的事项就是，千万别不考虑自己的经济能力过度透支，或是粗心随意地使用信用卡，忘了还款日期和最低还款额。

所以，我们在使用信用卡之前一定要做到心中有数，既要了解自己的经济实力，也要了解银行的政策、还款的方法。对此，我们总结了一下刷信用卡需规避的三大误区：

1. 透支额超出承受力

许多年轻人追求高消费和超前消费，看到什么好东西都想买，自己喜欢的东西都想要，常常因为一时冲动而透支消费，不考虑自己的经济实力。一些人手持几张信用卡“拆东墙补西墙”，造成债务恶性循环，最后陷入无力应付的局面。

我们在办信用卡时，一定要首先了解自己能够承担多少信用额度，不能滥开卡，滥用卡。若透支的话，一定要控制在自己的支付能力范围内，如果不能如期还款，会产生额外的利息和费用。

2. 还钱不及时或没钱就不还

有人由于粗心大意，记不住自己的还款期限和最低还款额，不知不觉让自己背上了沉重的银行债务。还有一些人还款很随意，有钱就还，没钱就不还，甚至在卡被冻结后，或是还款金额变得巨大时，就干脆停止还款，导致出现了利滚利的被动局面。

我们需牢牢记住每张信用卡的到期还款日，每月准时偿还。若出现意外而不能如期还款，要采取积极的态度应对，比如想方设法筹措资金先还信用卡的钱。确实没有办法，也应和银行方面协商，看是否可以减免一些费用或采取分期的方式偿还。

3. 频繁提现

我们需要注意的是用信用卡提取现金和刷卡透支是不一样的，如果提取现金即使及时还款也要支付利息。银行方面规定，如果是刷卡消费，在免息期内可免息；若是提现，即使按时全额还款，也需支付万分之五的日息，所以切忌轻易提现。

趣味经济学小常识

信用卡本身不是钱，而是债，刷卡的同时就是在向银行举债。我们在消费时，一定要善用信用卡，用得好，信用卡免息透支的功能可以解我们用钱的燃眉之急，但如果运用不当，其高额的透支利息和各种费用可能会使使用者陷入债务危机。

存款缩水的祸首——负利率

国家为什么要“拉动内需”？老百姓存钱为什么会“越存越赔”？树立什么样的理财观念才能不让你手中的钱贬值？要知道这些问题的答案，我们就不能不认识一下“负利率”。

多少年来，中国的老百姓都有着强烈的“储蓄情结”。银行储蓄一向被认为是最保险、最稳健的投资手段，虽然储蓄的收益较其他投资模式来讲要偏低，但是同样以低风险吸引了大多数保守的人群。然而，当负利率时代无情地到来时，很多人美好的愿景被打破了，大家虽不愿但又不得不接受这个事实，那就是存钱越多赔得越多。我们必须积极地调整理财思路，通过行之有效的投资手段来抗击负利率。

首先，我们先认识一下什么是负利率。负利率即是通货膨胀率高于银行存款利率，如：通货膨胀率为10%，存款利率为3%。那么你存入银行的钱会在第二年缩水7%。如果在过去一年，你既没有买房又没有炒股，连基金也没有买一份，而只把钱存在了银行里，你会发现自己的财富不但没有增加，反而随着物价的上涨缩水了。这也就是负利率的现象。

所谓负利率，即物价指数快速攀升，导致银行存款利率实际为负。存银行的利率还赶不上通货膨胀率就成了负利率。如果银行利率不能高过通货膨胀率，那么这就意味着存款者财富缩水。显然，通货膨胀是导致负利率的“罪魁祸首”。那么通货膨胀将给我们的理财生活带来什么影响呢？理财专家认为，适度的通货膨胀其实对经济的发展有利有弊，对个人而言其实也是有人吃亏、有人得利。

1. 固定收入者吃亏，浮动收入者得利

由于通货膨胀的作用，固定收入者如公务员、白领等的实际收入将减少，尤其是退休人员的实际购买力将受到影响。而对于企业里工作的人来说，如果产品价格比工资、原材料价格等上涨得更快，他们反而是得利者。

2. 债权人吃亏，债务人得利

由于通货膨胀是一个持续的过程，如果今天向别人借了1万元，3年期，等到3年后1万元早就贬值了，所以宁愿多向别人借钱，少借钱给别人。

3. 货币财富持有者受损，实际财富持有者得利

这里所说的货币财富指的是现金、银行储蓄、债券等，它们的实际价值将会降低。这里所说的实际财富是指不动产、贵金属、珠宝、古董、艺术品、股票等，拥有这些反而可能因为通货膨胀的因素而获得价格的快速上涨。

负利率时代的到来，对于普通老百姓尤其是热衷于储蓄的人来说，

是不情愿却又不得不接受的事实。当前居民储蓄不会受利率过低的影响。从居民储蓄的动机看，大多数普通百姓把有限的资金放到银行，并不是为了追求投资回报才储蓄，而是出于谨慎的需要储蓄，是为了将来养老、医疗和子女的教育等，或者是预防突发性事情的发生，如果是买房、买车等大额消费，也是要考虑储蓄逐渐积累。所以是“被动”储蓄，他们把安全性放在首位，现在除了银行储蓄，没有更好的选择。

其实，抵御负利率的手段有很多，比如减少储蓄进行消费，多借钱多贷款，投资股票、房产等，我们更希望大家能以理性的头脑和积极的心态来进行投资，因为你的投资收益越大，抵御通货膨胀的能力也就越强。

趣味经济学小常识

当一个市场上商品增长很少，货币却增长很多时，货币的购买力就会缩水。这时候，如果存款利率高，我们可以得到一定的补偿，但是存款利率低的话，不但补偿很少，因为相应的贷款利率也低，导致贷款增多，市场上的货币更多，缩水更厉害。这就叫负利率，即货币增加带来的货币价值稀释（通胀）与补偿（存款利息）的差额。

财务杠杆的神奇之处

在理财策略上有一根神奇的杠杆，能起到四两拨千斤，以小搏大的作用，叫财务杠杆。

财务杠杆是指企业利用负债来调节权益资本收益的手段。合理运用

财务杠杆给企业权益资本带来的额外收益，即财务杠杆利益。通俗一点讲就是“借鸡生蛋”，然后把“鸡”还掉，剩下属于自己的“蛋”。财务杠杆虽然是用在企业中的，但如果将企业细化为个人，道理是一样的。

在经过两三年追涨杀跌的股市炒作之后小赵发现，即便是牛市，这种方式的收益仍然甚微。于是从2000年开始他便专攻价值与成长，在名师的指导下，采用了理性投资的策略。当时按理财师的分析，中国在加入世界贸易组织后，其贸易量必然大幅增长，加之环渤海湾有着非常突出的区域后发优势。所以小赵在当年四月份以10.30元的市价买了2万股（20.7万元）天津港（600717）股票。两年之后，几经送股分红，以净赚14万卖出，这一突破性大捷使小赵欣喜若狂。

于是在2002年4月，小赵又以7.80元的市价购进了4万股深高速（600548）股票，这次的背景是基于中国汽车快速增长，导致车流量猛增，两年后，虽然只有13%的收益，但小赵觉得在金钱之外知识的收益更大。

这时，除掉一些日常的开支，小赵的账户已有34万元。但这时迫于拆迁的临近与安家的需要，小赵于2004年4月以27万元买下了一栋60平方米4层，交通非常便利的二手小楼。

这样，小赵的账户就只剩下7万元钱。这时，小赵突然想到了财务杠杆：“何不充分利用财务杠杆来撬动资本的雪球呢？”

于是小赵从亲戚那里以年利率7%借了10万元。这样，账户增至17万多，负债率为59%。随后，小赵便马不停蹄地买进了自己已经看好的股票。随后，小赵心仪已久的又一支股票到了非常诱人的价位——每股5元钱。于是他又从朋友那里借来15万，年利率同样为7%。此时，小赵的资产负债率已高达71.4%，但小赵仍然敢以如此大的负债来投资，原因是看中其稳定、持续、可预见增长所凸显的中长期投资价值。

此后，小赵的这次投资年收益达到21%。年底小赵的收益为投资收

益 5.5 万加工资 2.5 万，此次投资使小赵一跃成为南方小城中的高收入阶层。这就是财务杠杆的神奇之处。

高杠杆率是当今资本市场金融交易的重要特点。杠杆率是指金融机构的资产对其自有资本金的倍数。例如：如果杠杆率是 10，则对应于 1 元的资本金，银行将能提供 10 元的贷款。对于给定资本金，杠杆率越高，金融机构所能运作的资产越多，盈利也就越高。当然，杠杆率越高，风险也就越大。

比如进行房产投资的人，绝大多数人都不是一笔付清的。如果买一幢 100 万元的房子，首付是 20%，你就用了 5 倍的财务杠杆。如果房价增值 10% 的话，你的投资回报就是 50%。那如果你的首付是 10% 的话，财务杠杆就变成 10 倍。如果房价上涨 10%，你的投资回报就是一倍！

但你千万别高兴得太早，凡事有一利就有一弊，甘蔗没有两头甜，财务杠杆也不例外。财务杠杆可以把回报放大，同样也可以把损失放大。同样以那 100 万元的房子为例，如果房价跌了 10%，那么 5 倍的财务杠杆损失就是 50%，10 倍的财务杠杆损失就是你的本钱尽失，血本无归……次贷危机下的美国，很多房子被强行拍卖，其主要原因就是以前使用的财务杠杆的倍数太大。

曾为美国五大投资银行之一的雷曼兄弟可谓人尽皆知，可就在一夜之间，雷曼兄弟破产了，其原因之一就是雷曼兄弟整个公司的财务杠杆高达 33 倍……用这样的解释，是不是更能说明财务杠杆所带来的风险呢？就拿前文中的小赵来说，高达 71.4% 的负债率，如果一招不慎，损失就可想而知了！

现在很多年轻人喜欢冒险，对有这种心态的人来说，利用财务杠杆为自己赚钱，不失为一种好方法，但也要注意衡量自己的实力，如对股票市场是否有很精准的把握，对当前投资的大环境是否有很深的了解，对自己的还债能力是否很有信心。对这些因素，我们在利用财务杠杆进

行投资前一定要考虑清楚，千万不要被财务杠杆的高收益所诱惑，别忘了，在财务杠杆中，有多大的收益就有多大的风险。

在股票、房价疯涨的时候，很多人恨不得利用财务杠杆使自己赚得盆满钵满，但股市、房市下跌的时候，财务杠杆也能使你一夜之间由百万富翁变成穷光蛋。这就是财务杠杆的正反作用，所以，我们在没有万分把握的时候，一定要慎用。

趣味经济学小常识

财务杠杆是一把双刃剑，在没有万分把握的情况下，还是要谨慎使用，否则，非但无法借鸡生蛋，还有可能反蚀一把“米”。

第十章

婚恋经济学

为什么谈婚论嫁时人们会讲究门当户对？为什么男人有钱就变坏，这里面有什么经济原理在起作用？为什么“看一个人有多爱你就看他肯为你花多少钱”会成为现代恋爱者的至理名言？为什么都市人对待婚姻变得越来越现实？如果从经济学的角度来分析婚姻，你将有一个更清晰的认识！

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

计算一下你的恋爱成本

不知从何时起，看一个人有多爱你，就看他肯为你花多少钱，这似乎成为了一句至理名言。在这个物欲横流的世界，钱的确是一块试金石，不管男女，如果肯为爱人撒下大把大把的钞票而毫不心疼，或许就可以证明：这个人很爱你抑或很重视你。

恋爱消费是每个在热恋中的男男女女不得不支出的一笔开销，而由于男性的社会角色影响，这笔开销常常由他们买单。那么，你算过你的恋爱成本吗？

王刚要约女朋友见面，在什么地方、哪个时间，必须要记得很清楚。如果不小心迟到了，那王刚的女朋友就会认为她在这个人心目中的位置还不够高，心里就不免有些不愉快，但如果是早到 10 分钟，仅仅就是短短的 10 分钟而已，女朋友也会认为王刚对她很在意，心里就会舒畅很多。

在现在这个时间就是金钱的社会，王刚的这段时间还有其他的价值，也就是说，王刚与女朋友的约会就存在一定的机会成本。因为，如果王刚不去约会，他可能就会和生意上的朋友一起去聚会，或者和很好的同学去聚会，还可以利用这个时间加班赚点加班费，而这些聚会和加班就是得到财富的机会，也就是金钱的损失。这就是王刚与女朋友约会的机会成本，或者说很可能是他约女朋友的沉没成本。如果一个男人很在意他的女朋友的话，那么损失一些金钱根本不在乎，有时候，事业有成的年轻男人，为了与女朋友约会，宁愿丢掉一笔很大的生意，只不过为了早到几分钟而已，这时，这几分钟简直就是一刻千金！

谈过恋爱的人都会有这种体会，那就是与女朋友约会的时间好像过得特别快，一个上午就像是几分钟，转眼即逝；而等公共汽车的时候，就是十几分钟也好像过去了一个小时。这是因为，在与女朋友约会的时候心情特别好，这是一种十分美妙的感觉；有的人甚至在几十年之后还对当年与女朋友约会时的种种情形，如女朋友的某种举动、女朋友穿的衣服、女朋友说过的话都记得清清楚楚。这说明恋爱中的男女，其时间的利用效率相当高，其时间的价值很大。而在等公共汽车的时候，那种等待完全是一种心灵的煎熬。

那么，为什么人们在恋爱时的时间利用效率那么高呢？这是因为恋爱中的男女，他们的全身细胞都被高度激活，如果在平时，人们身体上的细胞只有 30%在工作的话，那么在恋爱时，男女身上的细胞有 90%以上都处于工作状态。在这时，如果一般英国人每小时的时间价值是 7.2 美元的话，则处于热恋中的男女的时间价值可能是 720 美元，甚至更多。比如，某个男人为了与女朋友约会，损失了一桩 100 万美元的生意，那么，他与其女朋友约会的机会成本就是 100 万美元。因为，他与女朋友约会的良好感觉大于 100 万美元的损失。

谈过恋爱的人都知道，在恋爱的过程中，开始的时候，自己对对方的想念和依恋程度还不算特别明显，此时恋爱的时间价值也还不算高。但随着交往的深入，逐渐地，这种想念和依恋程度越来越大，甚至到了难舍难分的程度，这时，恋爱的时间价值最高。但随着时间的继续推进，双方的想念和依恋程度就会开始降低，于是，恋爱的时间价值也就逐渐降低。

所以，恋爱的时间不是越长越好，而是应该有一个度。一般来说，这个时间为半年到一年半内最好，超过了两年，成功的概率反而会更小。这也和一方对另一方的想念和依恋程度有关系，即一方对另一方最为想念和依恋时，也就是他们的热恋时期，最好定终身。如果过了这个时期

还没有走向婚姻殿堂的话，那么他们结婚的可能性反而会大大降低。因为，如果恋爱时间拖得太长，双方对对方的信息会了解太多，自身的一些缺点也可能暴露无余，原来美好的形象逐步降低。另外，也可能双方都会把自己的恋人与他所接触的别的异性进行比较，发现别人有更多的优点甚至有别的异性对某人的恋人发动进攻。总之，不可预测的可能性就会增加，恋爱成功的风险也会增加。

趣味经济学小常识

准确地把握恋爱时间，既可避免沉没成本的产生，又可增加恋爱的成功率，还可以看出对方是否真心。如果不精于此道，恋爱的成功率就会比较低，最后吃亏的是自己。

婚姻也是一种交易——等价交换

婚姻能用经济学来分析吗？当然可以，而且已经有经济学投入了这样的研究当中！美国经济学家贝克尔就是其中的一位。

1981年，经济学家贝克尔提出婚姻经济学，他把经济学方法引入对婚姻行为的分析，写了《家庭论》一书，将微观经济分析的领域扩大到包括非市场行为的人类行为和相互作用的广阔领域，同样，也应用于婚姻。这样的应用，刚开始被很多人所不齿，爱情向来被喻为人世间最美好、最崇高的东西，千百年来被人们歌颂赞美，怎么能用如此自私功利的经济学来分析呢？

虽然经济学是冰冷和自私的，但是在数字与数字的对抗中，却可以看清楚许多爱恨纠缠中的是是非非。人们结婚的目的是在于希望从婚姻中获得最大化的收入，如果婚姻收入超过单身收入，那么人们会选择结婚，否则就会宁愿选择独身。结婚也有收益，两个人可以互相照顾，或者获得社会的“正常”评价和认可，获得规模效应。比如，两个人单独生活要两套厨具，但如果结婚后就只需要一套厨具。而人们结婚与否，就是在婚姻的成本和收益间寻求平衡。我们不妨再用经济学来分析一下什么是婚姻。

作家柯云路说：“婚姻是等值交换”。女人和男人在做选择的时候，都会在年龄、相貌、性格、人品、文化程度、金钱和家庭背景这几个方面进行互相考量，然后得出一个总体评价，如果两人对彼此的打分接近，那么他们就会互相产生良好的印象，从而有望迈入婚姻的殿堂。

比如说，女孩们都认定一个男士是最好的男人，是公认的“钻石王老五”，所以女孩们都想找这个男士。而这个男士肯定也想找最好的女性，结果，最好的男性就和最好的女性结合了。于是再往下，第二好的男士和第二好的女士又挑选了彼此。这样，男人间相互竞争，女人间相互竞争，男女间又相互选择，最后形成的结果一般是对等的。最好的和最好的在一起，次好的和次好的在一起，以此类推都是如此。

这是当下社会造成的现状，也是一种必然的结果。只有男女双方在一个各方面水平对等的范围内寻找伴侣，才能找得到，也才能形成最大效益的婚姻。而这样产生的婚姻，就成为了一个能够源源不断生产财富的企业。男女双方的合作能力是企业存在的重要前提，婚姻的经营运转则包括投资、生产、消费、分配等多种环节，只要某个环节出现问题，企业的正常运转就会受到不良影响，只有当各个环节都协调运转，婚姻才具有可持续性。

从这个意义上讲，婚姻的确是一个企业，但婚姻真的完完全全是一

个企业吗？当然不是，婚姻是一个特殊的企业。因为，它除了生产财富，还生产着幸福这种产品。

幸福是一种感觉。幸福是婚姻所产生的一种看不见、摸不着的产品，家庭成员对其的消费也很隐蔽，外人看不出来，但自己心知肚明。如果两个人结婚了，看起来家庭物质条件丰厚，但却没有产生足够消费的幸福，那么，这个婚姻就不能说是优良的，它的生产合作就会产生一系列的问题。单纯由物欲支撑的婚姻，看起来爽，但身在其中的人是否觉得很爽呢？比如生活洒脱的二奶们，她们拥有了充足的物质，可以享受高消费的生活，天天香车为伴，名牌满身，但是她们也失去了很多。首先，二奶失去了自由，她们必需隐姓埋名，限制在一定范围内生活。其次，她们受到世人的鄙视、社会的唾弃。而最重要的，她们享受不了正常家庭的生活，孤独感会随时吞噬她们的灵魂。如果这个给予物质的男人哪天走人，另觅新欢，那么她们将失去这个栖息地，所以，她们其实是悬着心而生活。

真挚的情感永远是人类共同的追求，同样，幸福的婚姻也是世间男女所向往的。物质是婚姻的基石，但却不是婚姻的唯一属性。即使在物欲横流的现代，仍有很多人相信爱情是超越一切的存在，有些人在勇往直前地实践着这句话，有些人在努力朝这句话奋斗，这样的人并不少，而且我们不会说他们愚蠢！即使它很困难，也有可能仅仅是我们单纯而遥远的希望而已，但这个遥远的希望，又是一个多么美好的希望。因为人生最宝贵的，就是拥有一段刻骨铭心的爱情。

趣味经济学小常识

用经济学的眼光看，婚姻是一种交易。从找对象到结婚的过程就是

一个寻找目标市场、考察双方需求、认同商品交换条件直到签订交换契约的过程。婚姻也是人们为了满足于本性并降低交易费用而实现效用最大化的一种组合形式，类似于企业的存在是为了要比市场交易节约交易成本。

为什么校园情侣毕业后会分手

婚恋中，使用频率最好的一句话就是：“生命诚可贵，爱情价更高，若为自由故，两者皆可抛。”爱情真是无价的吗？在经济学上，“价格”是供给与需求作用的结果。爱情的供给与需求，就是你的爱的付出（供给），对方的爱的获得（需求），但是对方是否会感到“爱的获得”，关键在于她有没有爱情的“需求”，不然就是一厢情愿。有“价格”的东西，大家自然会去竞争。所以在现实生活中，才会有争风吃醋的现象出现。

爱情之所以是“有价”的，是因为它是“易碎品”。在一些情况下，为了各种各样的“利益最大化”，人们将抛弃爱情而选择其他！比如，你同一个家庭条件很一般的女子恋爱了，如火如荼。突然之间，一位亿万富翁的女儿喜欢上你了，你选择哪一个女孩子结婚？你可能说，爱情是神圣的，我怎么可能为了金钱而出卖良心？可是，种种案例显示，很多人难逃移情别恋之劫。

媒体报道说，2010年初，一些城市离婚率突然上升，为什么会这样呢？原来，2010年初，中国出台的新房产政策对二套房贷严格收紧。按照2010年4月14日召开的国务院常务会议要求，对贷款购买第二套住房的家庭，贷款首付款比例不得低于50%，贷款利率不得低于基准利率

的 1.1 倍，这远高于首套房贷利率。以二线城市长沙的房价为例，一套房贷款利率 1.1 倍比 85 折优惠要多交约 10 万元利息。而在房价高的一线城市，利息差别可能达到 60 万。为了避免增加的放贷成本，一些夫妻办了假离婚。可见，一些人为了节省一些金钱支出，不惜“假离婚”，现代人的入多么理性啊！

校园里的爱情相对纯情，但同样比较脆弱。大学毕业之时，很多平日爱得死去活来的同学们，执手相看泪眼，然后擦干眼泪，各奔东西。有些恋人为了表示对爱情的坚贞，不辞辛苦地爬上泰山，将“爱情锁”锁在山顶的铁索上。毕业之后，由于无法到同一地区工作，只好分手。多年以后，泰山顶上的“爱情锁”还在，那份海枯石烂的爱情却一去不复还了！

爱情之所以是“有价”的，是因为爱情并非共用品，而是“私用品”。共用品具有两个特性：非排他性和非竞争性。最为典型的就是“博爱”，就像甘地对待每一个印度人一样。

爱情与“博爱”无关，它是“私用品”，最大的特点就是“排他”。俗话说“情人眼里容不下沙子”，坠入爱河之中的情人之间无论哪一方，无论是对原配偶或者其他异性有任何温情的表示，必定会破坏那种“爱的感觉”，必然会让另外一方受到刻骨的伤害。

爱情之所以是“有价”的，是因为爱情同样遵循边际效用递减规律。没有经历爱情的时候，人们对爱情存在很多美好的幻觉。邂逅爱情之后，热恋中的人感觉自己是天下最幸福的人，觉得每天有使不完的劲，恨不得分分秒秒都跟恋人在一起，一日不见，如隔三秋。然而，随着时间的流逝，这种感觉逐渐消退，甚至觉得握着女孩子的手与握自己的手没有什么两样。结婚之后，这种感觉更甚。

趣味经济学小常识

用经济学的思维来看，爱情是在人们追求自身利益最大化的基础上，自由选择而后才产生的。你试着想一想，你爱上某个女孩，是否是为了她的美貌、气质、才干或者家庭背景中的一项或多项条件？同样地，某个女孩子爱上你，如果不是为了你的富有，一定是为了你某方面的长处；或者爱你诚实和专一，或者爱你长相英俊，或者爱你才华横溢，或者爱你的职位高……总之，一定是因为你有着某项能够吸引她的长处，否则，她绝对不会爱上你的！

婚前性行为是不可取的

生活中有越来越多的青年男女选择了同居而非结婚；并且在近期内也没有结婚的打算。这些人为什么会这样选择，这样的选择明智吗？在这样的现象背后又有着怎样的经济学道理呢？

从经济学的角度来说，婚姻的机会成本非常高。在这种情况下，青年情侣们便选择了一种折中的办法，即同居。采用这样的方式，在享受温馨的婚姻生活的同时，又不必承担婚姻所带来的机会成本和沉没成本。具体地说，同居的出现主要包括以下几方面的原因：

1. 缺乏对未来的理性规划

在市场经济条件下，人力资源的流动性很大，人们工作不稳定，工作所在地、居住地存在变动的可能性，再加上对未来经济收入的预期不确定，许多青年人对结婚充满了恐惧感，结婚变成了一种拖累。

2.经济独立有选择自由

女性的经济越来越独立，她们不再需要通过婚姻这个长期稳定的契约来获得可靠的生活保障。经济上的独立，使得女性也追求自由选择的空间。而同居作为一种合作意向，而非正式契约，使得双方承担的责任都更少，选择都更灵活。

3.情侣间彼此结识的成本低

随着社会的发展，男女之间结识的途径和方式越来越多，也越来越容易，彼此结识成本低是现代男女喜欢采用同居这种生活方式的一个因素。认识的成本低，认识得快，熟悉得快，分手也就快。由于成本低，人们便不容易珍惜，在这种不稳定的感情关系下，双方最适合的选择就是同居。

4.社会的进步带来了对传统观念的颠覆

社会的进步，使得生儿育女、传宗接代、养儿防老等观念在青年人的头脑里日益淡化，现今大多数男女在一起的目的是追求快乐和愉悦而非生儿育女、传宗接代，因此两个人都不需要承诺，合则来不合则去，离合都为大家高兴。

如果说同居现象是社会和经济发展的产物是成立的，那么这种现象到底是合理还是不合理呢？有一位哲学家说过：“存在即合理。”从经济学的角度说，同居是理性经济人的一种理智的选择，这种选择会使人们付出相对低的成本获取较高的收益。

同居使青年情侣与夫妻名分、财产关系、子女关系等很多东西撇清了干系，与他们有关的似乎只有爱与性。

关于性，经济学家对其也有非常精彩的分析。作为一种经济行为，性行为也有需求，有供应，有风险，有收益。因此双方在决定是否发生性行为时应该计算投入产出比，男女双方需要理性思考。

性行为是有成本的，在决定性选择之前，男女双方需要考量自己能

够承担的成本，通俗地说，就是要考虑能否承担性行为的后果，比如意外怀孕、感染性病等，当然为了避免这些自己不期望的事情发生，人们也往往会采用一定的安全措施。当然，想从这种行为中获得最大的收益、产生具有效用的人生体验，则需要参与者充分合作，要具备两个先决条件：一是双方都不能逃避应负的责任，二是彼此都要明确自己施予和接受的双重角色。

总之，从经济学的角度来说，同居现象的存在是合理的，但是其影响是正面的还是负面的，还有待进一步的讨论。不过就其风险来看，是不可取的。

趣味经济学小常识

经济学家认为，性行为是一种珍贵的稀缺资源，性别就是成本，能带来多少收益取决于经济人的理性选择是什么。

为什么中国人讲究门当户对

结婚是一个人的终身大事，往往关系到一生的幸福，正确的选择十分重要。俗话说：“女怕嫁错郎。”其实，男也“怕娶错妻”，起点错了，结果必然大相径庭。况且，结婚可不是买商品，款式和大小不对可以换，有些商品可以保修一段时间，可以退货。婚姻可不容易换，也不能保修，更不容易退掉。

过去，男女青年找对象讲究的是门当户对，为什么需要门当户对呢？

因为，结婚就像是开个股份公司，女孩嫁给男孩，就是选择一个东家，这个东家的发展前途怎么样，新开办的“公司”能不能越做越大，关系到她一生的幸福。男方也是如此，娶一个妻子也就等于吸纳了一个最大的股东，吸纳一个占据一半股份的股东进来，能不能提高整个家庭的规模和效益，能不能增值也关系到其一生的幸福。门当户对就是实力相当的公司之间的产权重组，这种重组不仅可以相互利用对方的优势资源，达到一加一大于二的效果，而且不会引起太多的纠纷。门不当户不对，就使门第高的一方会担心门第低的一方过多地分享其财产，甚至还会产生更多的担心，而门第低的一方又担心门第高的一方会欺负自己。

其实，现代社会，结婚与开股份公司是一样的道理，男方娶妻子，也是一项长期投资，既然是投资，就会追求收益的最大化，追求婚姻边际效益的最大化。

对于男人而言，选择婚姻是一生中最大的风险投资。如果选择一位其家庭可以和自己相互补充的妻子，自己的不足可以得到女方的补充，从而增强家庭的整体经济实力；如果选择一位家庭优势和利益相互抵触的妻子，那么，其家庭的经济实力将可能逐渐下降，得不偿失。

对于女人而言，选对象如同选“绩优股”，选择一位知识、能力、财富等方面都有升值潜力的东家，自己的一生就有了依靠，一生的幸福就有了保障。这种形式很像股份制公司的婚姻形式，在婚姻中，男女双方投资或注册资本分有形资产和无形资产两种。男方投资一般表现为有形资产，如现金、房产、车辆等硬通货，还有诸如门第、声望、社会地位等无形资产。女方投资一般以青春、美貌、品德等无形资产为主，当然，现代社会中，随着女性经济地位的提高，女方自带嫁妆等有形资产的情况也越来越普遍。

现代社会的婚姻，经济成分所占的比重最大，就像规模差不多的两家公司合并，所以，应该门当户对，因为只有背景相当、资历相当才能

比较匹配，最佳的方式当然是强强联手或优势互补。而且，结婚不只是两个人的事，和一个人结婚意味着和一家人结婚，又如结婚之后有什么样的朋友圈、关系网等都很重要，非感情的因素也很多，如果男女双方的关系网能够通过结婚进行整合，产生更大的关系网，那是最好的事情了。所以，家庭背景相当也非常重要。

选择婚姻涉及财富、地位、健康、教育、相貌、年龄、性格、社会关系等因素，一般来说，门当户对也就是这些方面的对称。但互补的可能更好些，例如：有钱的男人与年轻、漂亮的女人；学历和能力高的男人与财富多、地位高的女人；年龄大的男人与年龄小的女人；外向的男人与内向的女人，或外向的女人与内向的男人；社会关系多的女人与能力强的男人；受教育程度高的男人与受教育程度低的女人等。

那么，是不是女人嫁个有钱的男人就一定好，男人娶个漂亮的女人就一定好呢？有钱男人的婚姻风险更大，因为有钱男人选择的机会多，变化大些；漂亮的女人也是如此，即其婚姻风险比较大。相对来说，女孩嫁给有钱男人的风险更大，原因很简单，女人嫁的男人越有钱，越意味着其投资的收益很高，必然要相应承担更高的投资风险。男人娶个漂亮的妻子，其无形资产的收益也比较大，容易产生光环效应，其价值自然大，但是，男人承担的风险必然也相当大！

趣味经济学小常识

优势互补可以产生婚姻“股份公司”的规模经济效应，整合双方的强势资源，最容易达到婚姻收益递增的目的，特别是当男女通过婚姻控制了稀缺性资源时，这种婚姻所产生的资源稀缺性优势很容易带来家庭财富的快速增长。

男人有钱就变坏——资源不对称

对于婚姻，人们常与金钱联系在一起。比如有人说：“男人有钱就变坏！”为什么男人有钱之后会变坏呢？

从经济学的角度来看，导致男人婚后是否变坏的因素至少有三个：

双方各自的资源总数，二者分别再婚的成本，二人间的感情因素。大家知道，女人的美在减少，而此时男人的资源在增加，不平衡就产生了。同时，男人的再婚成本越来越低，女人则会比较高些。如果他们恩爱有加，这种不平衡会随着感情注入恢复平衡。此时，离婚的成本增加了，男人的资源就相对地减少了。如果感情不足以弥补这个缺陷，男人就会变坏。此时，就会出现资源不对称的情形。

那为什么社会上又会出现有钱男人包二奶现象？同理从经济学角度来说：当一个男人创造出剩余价值以后，他的内心的不平衡与不满日渐显示出来。也许有钱男人主观地认为：我创造的剩余价值越多，享受应该越多，对世界上不同类型的女人索取也应该越来越多，这样才可以代表自我身份与能力。

只要平衡好价值分配的状况，多的给老婆，少的养小蜜，日子过得一样很惬意。这是许多男人心里都渴望或骨子里潜在爆发的一些东西。

当一个男人的财富大于或高于其本生的期望值以后，他内在潜伏的征服感就日渐显示出直白与客观的一面。

男人们既然知道如何用剩余财富来买等价商品，他们也很清楚，等价商品有一定的风险与压力。就拿投资理财来说，很多人选股票，肯定

是参照绩优股行情。买国债理所当然参照国家标准。既然同样是投资，国债永远不会贬值，所以家里老婆肯定是最好的。现在男人选老婆，跟挑事业差不多。什么都会精打细算，什么都要刻苦修炼，什么都要综合评估。毕竟这个亲密伙伴是自己最后的靠山与退路，所以男人用大部分的钱养老婆，用小部分的钱打发小蜜。即便以后东窗事发，也有圆谎言的借口与理由。

男人们只会根据自己拥有价值与剩余价值的比例来核对剩余资产分配的百分比。所以做二奶的女人表面风光，实际很可悲。

在经济学的假设中，人都是理性的，人们采取一项行动之前都要在心里盘算值不值。假如说收益大于成本，这样才值得考虑去做；假如成本大于收益，那是无论如何不会去做的！

在生活中，男人花心，因为他的成本是低廉的，最多花点钱，就算是妻子知道了，但很少有妻子因为老公花心而坚决离婚的。就算是退一步要离婚，男人也许正好顺水推舟，说不定找个更年轻漂亮的！反之，已婚女人有红杏出墙的打算，她必定会做一番权衡：这样做值不值？

对大部分男人来说，戴绿帽子是无论如何不能容忍的，离婚是必然的选择，而离婚女人在世俗眼里，名声肯定是不好的，要想另找对象，也很难找到与自己年龄相仿的男人，一般只能找比自己大得多的男人，这在心理上又很难接受。另外，对子女的牵挂，又使女人多了一份负担，所以已婚女人红杏出墙的成本是非常高昂的，是远远大于收益的。因此，尽管边际效用递减的公理对女人有效，但她们仍然会做出坚决不红杏出墙的理性选择。

市场经济转变后国家的经济一片繁荣，人们却在抱怨贫富差距逐渐在拉大。人的感情在得到尊重后，可以自由恋爱结婚，可离婚率却又在逐年不断攀升。为什么穷男人身边总是缺少女人？为什么有钱的男人身边的女人却多是美丽漂亮的，而且多得数不过来？

女人喜欢钱，也喜欢优秀的男人。一般情况下，有钱的男人，可以同时具备女人这两方面的需求。然而不是每个男人都可以很有钱，所以有钱的男人是紧俏商品。在市场经济条件下，商品的求大于供的结局就不用多说了吧？一个男人的可靠与否，要看他是否有资本。穷男人资本小，所以老实本分的居多。男人有钱了就是一种资本。如同漂亮年轻也是女人的一种资本。这表明有了资本的人，他就拥有了更多可供选择的空間。但是人的本性对事物的追求是无止境的。所以，要解决这个问题，建议从根本上，夫妻双方共同进步，缩小二者的资源差距。次之，培养夫妻间的和睦感情，使得双方的情变成本增加。如果这些都不可能，至少让资源减少的一方掌握公共资源的权力。如果男人能挣钱，那么“妻管严”的家庭会比较的长久。如果女人收入多，让男人掌权会比较稳定。但这个权力要达到什么程度，就要具体分析了。总之，不要让双方任何一方的“变坏”成本低于对方的资源总数。

趣味经济学小常识

女人永远要相信一点：一个男人的剩余价值是有限的，他们更多的财富与心思还是放在自己妻子和孩子身上。二奶们即便是换取了转正的资格，男人们也会分割很大一部分财富给妻子和孩子。二奶们获取的依然很少，受到的谴责会越来越多，精神压力也会越来越大。

婚前财产公证

两个人合作酿酒，富一点的人提供米，穷一点的人只提供水。酒酿成之后，穷人说：“咱们就按当初自己出的东西来分，你得米，我得水。”米与水，好比结婚之前的两个人。婚姻就如同妻子的水和丈夫的米，再加上爱的沉淀，酝酿成叫做家的美酒。

女人的年轻时光是花样年华，犹如米；而男人的年轻岁月，除了一把子力气和一腔热情外，只有青涩、莽撞和干瘪的钱袋，犹如水。这个阶段的婚姻，就如同酿酒。女人看重的不是男人的现在，看到的是两个人醇香的未来，一辈子的未来。任何一个女人对丈夫的最起码的要求，都是他要有出息，要酿出一坛好酒。但往往酒酿成了，男人辉煌的时候来到了——财富、地位、风度、气质都有了。酒香十里八里地飘了出去，就有蜜蜂蝴蝶上门了，男人也就醉了。于是跟老婆说：你还是拿米吧，我把水拿走。其实谁都明白，这时候的水不叫水，而叫米酒；这时候的米也不叫米，叫酒糟，再也酿不成什么美酒了。

如今结婚越来越难，之所以结婚难，是害怕将来万一双方合不来，结婚容易离婚难。离婚难不是因为别的，大部分都是因为家庭财产分割不清。

由于婚姻财产引起的法律纠纷问题日趋上升，如何认定婚前财产的范围和产权归属成为了司法实践中最棘手的问题之一。于是，一些人在结婚之前去做财产公证。从产权性质上看，经过公证后的婚前财产不会经过多少年后自然转变为夫妻的共有财产，而是你的归你，我的归我。

据调查，目前我国青年女性同意婚前财产公证的只有 12%，而男性不过 15%。实际上办理过婚前财产公证的人群中，最多的就是双方财产不平衡的年轻人。其次，离异再婚的夫妻也占了一定比例。另外，为避免日后双方或双方子女在财产上产生纠纷，很多老年人再婚前都要进行婚前财产公证。进行婚前公证的一般是股权、房屋、存款、汽车等大额财产。

很多人认为，婚前财产公证是对彼此不信任的一种表现，直接对双方的感情产生负面影响。但也有人认为婚前财产公证值得提倡，它有助于完善夫妻财产制和提高婚姻质量。

如果两个人感情一直很稳定，一起经历了风风雨雨，彼此仍然尊重和信赖，会对未来婚姻生活很有信心。对这种情感型婚姻而言，婚前财产公证在一定的程度上会对双方的情感造成伤害，导致婚姻情感福利的损失。

从经济学的角度来看，情感型婚姻属于婚姻的最优。没有情感的婚姻是低效率婚姻。婚前财产公证在某种程度上确实可以有效保障婚姻的存续，但归根结底，婚前财产公证保障不了爱情。

婚姻就是一纸合同，但婚前财产公证使得这种合同关系更缺乏约束力，使得婚姻成为更松散的合伙关系。

1.财产公证减少了可共享的资源，从而降低了离婚成本。结婚时是最初的平衡，如果有一方不满意对方，就不会有婚姻。这种平衡基数越大，婚姻就越稳定。而财产公证使得这个基数在经济上变为零。比方说，甲乙二人结婚时，甲有 100 万元，乙有 1 万元，二人的共享经济资源是 101 万元。二人的离婚成本甲为 49.5 万元，乙为-49.5 万元。但公证之后，这个数字变为 0，而 0 是最不稳定的状态。

2.财产公证使得财产成为婚姻中敏感的话题。并且，在我们这样的国度，当事人双方还要承受一定的社会舆论和道德压力。如果这种压力

足够大，将成为婚姻新的不稳定的原动力。

3.财产公证使得双方可交换资源减少，增大了家庭中个体的独立性（我们提倡独立，但不提倡分离）。尤其在婚后实行财产分立的家庭，几乎使家庭沦为生活合作社。

趣味经济学小常识

婚前财产公证是婚前财产约定协议公证的简称，指公证机关对将要结婚的男女双方就各自婚前财产和债务的范围、权利的归属问题所达成的协议的真实性、合法性给予证明的活动。婚前财产公证有两种形式：一种是未婚夫妻在结婚登记前达成协议，办理公证；另一种是夫妻双方婚姻关系存续期间达成协议，办理公证。

为什么变质的爱情也会有市场

某女，身高 1.63 米，22 岁，空中小姐。温文尔雅，相貌秀美，通情达理，擅长烹调。一经接触，会使你感到意外惊喜。寻求一位经济富足的男子，年龄、种族不限，待人诚恳。望能陪我在巴黎逛商店，到罗马下馆子。祝君好运，静候佳音。

某女，身高 1.65 米，23 岁，未婚，身材好，气质佳，某公司白领。觅一事业有成的男士为伴，户口不限，条件不限。可先友后婚，拒绝短信。

某女，身高 1.65 米，21 岁，某机关公务员，美貌超群。觅一重感

情、事业有成的男士为友，户口不限，条件不限。可先友后婚，拒绝短信。

看到了吗？女人都在找事业有成、经济富足的男士，这就说明爱情与经济不光有关系，还比较密切呢！当然，人们也都把自己的美貌摆在了显要的位置。

在现实生活中，美貌确实是要用金钱来维护的，俗话说：“三分长相，七分打扮。”如果没有金钱，美貌就只存在正的外部效应。即美貌给他人带来一种视觉的愉悦和心情的舒畅。但是，美貌是一种纯粹的私人物品，有其特殊的产权，这种产权在没有转换之前只属于美貌的拥有者个人。但是，有钱的男人大多舍得为美貌投资，他们深深知道“金钱是万能的”这个道理。当然，他同样也无法制止美丽所产生的外部正效应，不过，他心理的成就感远远地超过了这种外部效应的损失。

我们可以简单地算一下美貌一个月的维护费。

洗发 50 元；养护用品等 25 元；修剪整形 60 元；保养染发 30 元。

脸部化妆品，最少每月要花 300~500 元。

身体的一般保护 100 元；香水 100 元；手脚的护理 40 元。

服装支出 600~800 元/月；鞋子和手提包 150 元。

美容按摩 200~300 元；美容食品 200 元……

就这样算来算去，一个女人一个月至少要为美貌支出将近 2000 元。每月 2000 元，一年就是 24000 元。如果是要追求美丽，那么这个费用还是不够的。这样看来，没有一定的高收入，谁敢购买靓丽的产权呢？

以北京市为例，普通职工平均年收入才两万多块钱，这就是说，如果只有平均收入，要追求漂亮女孩就得把自己的全部收入搭进去，还得自己光着屁股喝西北风才行！所以，只有一般收入的人是不敢去追求漂亮女孩的，或者就是有人胆敢去追，也得将多年的积蓄全部投入进去。

但是，对于一些有钱的男人来说，美貌和青春是一种价值很大的私

人物品，因为美貌和青春具有稀缺性，女孩子的美貌和青春本来就很值钱，这是毋庸置疑的。而对于一部分漂亮的女孩来说，她们的美貌对金钱拥有巨大的吸引力。我们看到，一些漂亮女孩的周围经常围绕着一大群追求她的男人，这样，漂亮的女孩往往容易滋生目中无人的心理，认为自己光凭漂亮的容貌，不需要辛勤劳动也可以过上富足的生活。所以，一些漂亮女孩对恋爱的要求很高，动辄要求月薪上万，有多大面积的房子，有私家车。反正自己年轻漂亮，现在有钱的男人有的是，只要嫁个有钱的男人，就可以过上幸福的生活了，到时候，自己也不用努力学习、工作，多好呀！

据有人调查，问漂亮女孩愿不愿意嫁给一个丑八怪，回答是：“愿意，只要他是个有钱人，而且年龄越大越好。”因为嫁给年龄大的有钱男人，将来可以继承一大笔遗产。当然，有钱的男人对年轻、漂亮的女孩也真是舍得投资的。

年轻、漂亮女孩和有钱男人的需求其实是一种相互的需求。男人喜欢女孩年轻漂亮的容貌，是出于原始的生理需求，另一方面，有个年轻、漂亮的情人或老婆，也可以显示自己在事业上的成就，显示自己的身份，满足自己的虚荣心。所以对于一些事业有成的男人来说，花钱追求年轻漂亮的女孩也是一种必要的投资。

另一方面，年轻漂亮的女孩也需要有钱男人的钱财、地位和其他物质上的满足，因为，男人有现成的物质上的东西，自己可以不用再去努力了，完全可以尽快地享受生活。虽然，有钱男人娶一个年轻漂亮的女孩容易让一些人眼红，漂亮女孩也容易被人看成品格不太好的人，但并没有违背传统的道德，更没有违法。

有的女孩总想不用太多的劳动付出就可以享受幸福的生活，而那些有钱人只是看中她们的美貌，并没有多少感情，在这种变质的爱情中，双方都是在利用对方。但在这种交易中，双方都取得了利益的最大化。

趣味经济学小常识

变质的爱情在很大程度上是虚假的爱情，但这种爱情在交易上，却具有极高的效率，其交易成本很低，双方只需有个默契，然后各自根据对方的预期行事，管理成本很低，但是，变质的爱情是不道德的，金钱与“二奶”的交换更是违背道德的行为，男人背着自己的妻子养“二奶”，是对妻子的不忠。而女孩为了金钱出卖自己的肉体，更是可耻的行为！

离婚是“最赔本的买卖”

理想与现实的反差，加上柴米油盐，争执之声渐起，和谐被干戈取代。争吵、冷战、对抗，硝烟在婚姻中弥漫，爱情的归宿变成了爱情的坟墓，坟墓中的两个人当然不愿意就此埋葬自己的幸福，于是离婚便成了走出坟墓最简单快捷的办法。但是，人们有没有想过，这种最简单的办法其实并不一定是最好的。我们不妨用一些实际的数字来计算一下离婚的成本，看看当离婚问题被物质化之后，你失去的将会有多少。

1.成本费。成本费是离婚中花费最低的一部分。它一般出现于协议离婚当中。相关手续费或工本费大约是几十元至一百元。当然这仅限于你们好聚好散，下次见面还能一起打招呼、吃饭的那种。

2.诉讼费。这就属于不能好聚好散的那种了，需要闹到法院才能分出个对错、输赢的诉讼离婚。这种离婚方式你需要花费的费用为：50元法院诉讼费，1000元到几千元的律师费，几百元到上千元的财产评估费，500~1000元的调查取证费，以及500元左右的律师交通费。最低总

花费至少也要 2000 元以上。

3.财产分割。离婚之后将有一半的财产被分割掉，不要以为你会从中得到什么。即使那些东西不是你的，但是起码你原来是有使用权的，而现在当你得到半座房屋资产的时候你却失去了整座房子，当你得到一半车产的时候，你却已经无车可开。以此类推，你得到的所有的一半都是以你失去它的全部为前提的。

4.孩子的抚养。作为夫妻最重要的“产品”，孩子永远是离婚当中最难以解决的问题。从抚养权的争夺到抚养费的争取，以及以后面临的各种问题，还有孩子的成长环境和心理健康，得不到孩子一方所要承受的骨肉分离之痛，远比任何现有财产都更加昂贵。

5.心理、感情损失。在夫妻生活中所建立的一切生活模式都要被打破，相同的习惯、共同的爱好、共同的生活圈和朋友，甚至曾经都爱吃的一道菜，也会因为离婚而失去原来的意义。你要面临改变有这个人身边的习惯、回避共同的爱好、失去原来的很多朋友，这些成本同样是无法估量的。

6.再婚成本。离婚后难免会选择再婚，两个人从不熟悉到走入婚姻，需要再经历一次性格的磨合、习惯的培养，这些无形的情感成本都是非常巨大的。同时，再举行一次婚礼的花费会让人再被“扒去一层皮”，经历又一次的洗劫。

将这些成本相加，然后用你解脱后所能得到的快乐减去你的离婚和再婚成本，看看自己是不是做了赔本生意呢？

当然，这并不是要你即使婚姻生活过得一塌糊涂还要咬紧牙关搭上自己下半辈子的幸福。如果你遇上了个动不动就打老婆的暴力倾向者或者根本就不把你放在眼里的河东狮，那么早离早解脱。要你计算离婚的成本是基于你们之间还有过下去的可能。你们的问题仅仅是因为彼此的主观意识太过强烈，都没有用心去经营这段婚姻，都在等着对方付出或

者屈服，你们的婚姻并没有病入膏肓，只要双方努力还有幸福的可能。让自己冷静下来抛开对彼此的成见，仔细思考一下，你可以做一个大胆的假设：如果选择另外一段感情，现在面临的诸多问题是不是就不会出现，你们婚姻当中的所有问题是不是都出在对方身上，而自己一点责任都没有？

在做出这些假设之后，如果你发现自己真的可以通过离婚让一切问题迎刃而解，而且即使遇到下一段感情也不会有同样的状况发生，那么你就尽管离好了。如果不是，那么就不要轻易做这个决定，毕竟离婚的成本太高。

趣味经济学小常识

无论从经济上还是从心理上，离婚都是件大大蚀本的买卖，但凡你的婚姻还有补救的可能，这赔本的生意还是别做了吧！

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

第十一章

职场经济学

为什么昔日的热门专业如今却变成了冷门？为什么有的职场人干了几十年依然在原来的位置上不死不活？为什么老板总是拿“不同意条件就滚蛋”来威胁员工？为什么在现代职场选择比努力更重要？面对纷繁复杂的现代职场，我们要懂得用经济学衡量自己的收益与支出……

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

为什么总有怀才不遇的人

有一位女大学生，某重点大学经济学院毕业，在一家外贸公司里面当职员。这位女大学生基础扎实，很有才学，漂亮能干，刚进公司时就很受老板赏识，人际关系处理的也很到位，同事都很喜欢她。但不知是怎么回事，整整一年多的时间，老板从未过问过她的情况，也不交给她重要的工作，更没有与她有过什么沟通，只是让她干一些不起眼的事情，对于公司来说她简直是可有可无。用经济学的说法，这个女大学生的境况叫做“内卷化效应”。

那么，什么是“内卷化效应”？内卷化是指一个社会或组织既无突变式的发展，也无渐进式的增长，长期以来，只是在一个简单层次上自我重复。经济学家认为，一个社会的变迁、一个事物的演进、一个人的成长，一旦陷入内卷化的泥潭，就会在一个层面上无休止地原地踏步、自我重复，停滞不前。

如今，很多职场新人都不知不觉地陷入到内卷化的泥潭中。27岁的小陈是一家广告公司的行政助理，公司在广告行业里名气很大。一毕业，小陈就进入这家公司，到现在已经4年了。刚进入这家公司的时候，小陈很满意，毕竟这是一家比较有名的公司。可是随着时间的推移，眼看着公司不断招入新员工，而跟自己同时进公司的小张现在已经是部门主管了，自己却依旧在原地踏步，还是一个小小的行政助理，小陈的心里有点酸酸的。

由此可见，内卷化的结果是可怕的，它会使职场人在一个层面上无

休止地内缠、内耗、内旋，既没有突破式的增长，也没有渐进式的积累，让职场人陷入到一种恶性循环之中。越是缺乏自信，职场人就越难以成功，越是无法成功就越缺乏自信！

那么，为什么职场人会陷入到内卷化的泥潭之中呢？根本原因还在于个人的精神状态与思想观念。

前面提到的小陈就是这样。小陈进入广告公司以后，对工作和工资都很满意，她每天下班之后就是看电视、上网和出去逛街等，从来不想如何提高自己的技能，上班的时候也时不时地做些与工作无关的事情，周围的同事都在进步，只有她依旧在原地踏步，她当然不会受到上司的青睐了。

那么，职场人遭遇内卷化效应的时候，该怎么办呢？

1.陷入内卷化的职场人需要及时改变这种状态，当然这需要勇气、魄力、信心以及理念的不断更新。

2.要想走出内卷化的泥潭，你就需要不断地学习，下决心钻研技能或者参加培训都是不错的选择；另外，你还得分析一下自己所处的人际环境，看看自己是否能够与同事友好相处等。总之，要想走出职场的内卷化，你需要充分发挥自身的力量。



趣味经济学小常识

内卷化效应会让人在一个层面上无休止地内缠、内耗、内旋，既没有突破式的增长，也没有渐进式的积累，让人陷入一个恶性循环之中。

注意力经济学

卡耐基说：“生活就是一连串的推销，我们推销商品，推销一项计划，我们也推销自己，推销自己是一种才华，一种艺术。当你学会推销自己，你几乎就可以推销任何有价值的东西。”从某种意义上讲，在职场奋斗的过程，其实就是一个一步步完全展示自己、不停地推销自己的过程。

一个年轻人在网上看到一个适合自己的工作。年轻人把简历发过去，下午就收到了面试通知，公司让他第二天早上八点去面试。第二天早上8点，年轻人赶到面试地点，却沮丧地发现前面已有35个求职者了，他排在第36位。可见，这份工作是多么炙手可热，那么多的人都抢着要这份工作。年轻人想：“如果我就这么等下去，说不定轮到我之前老板早已经确定人选了。”于是，他急中生智，拿出一张纸，在上面写了些字，恭敬地对工作人员说：“不好意思，麻烦你马上把这张纸条交给你的老板，这非常重要。”工作人员把纸条交给老板，老板一看，笑了，只见纸条上写着：“考官大人，我排在队伍的第36位，在您看到我之前，请不要作决定。”因为这句话，老板对这个年轻人的印象非常深刻，觉得他是一个很会推销自己的人，再加之招聘的岗位就是销售员，于是，这个年轻人被公司高薪聘用。

从经济学的角度来说，你的产品再好，假如不通过一些特别的方式来吸引公众注意力的话，恐怕销量也会惨淡；相反，假如你可以成功地吸引到众多人注意的话，那么你的产品就有可能变得畅销。脑白金就是

一个很好的例子，各个电视台反复播出脑白金的广告，让脑白金的形象深深地印在了每一个人的脑海里，脑白金的销量在同类型产品中更是遥遥领先。这就是注意力经济学原理成功应用的范例。早在1978年，诺贝尔经济学奖的获得者、著名社会科学家赫伯特·西蒙就提出了注意力经济学原理：公众在接受信息的时候存在着消费，而消费的内容正是他们的注意力。这个理论提出以后，直到20世纪90年代后期才真正地被世人所关注，并广泛地应用于各个行业。

英特尔公司前总裁葛鲁夫，在1996年时提出“争夺眼球”的观点，他认为整个世界将会展开一场“争夺眼球”的“大战”，谁能吸引更多的注意力，谁就能成为21世纪的主宰者。国内各个媒体也都开始讨论注意力经济。有的人甚至认为，21世纪就是注意力经济时代。

对于企业来说是这样，对于个人来说又何尝不是如此呢？有的人进公司不久就能让同事、上司注意到自己的能力；有的人进公司1年多了，能力、技术也都不差，可就是迟迟得不到提升，原因很简单，老板可能甚至不知道有这样一个人存在，给同事留下的印象也不深，升职加薪这样的事情当然也不会轮到他。因为老板在给员工升职加薪时，都会优先考虑那些给别人留下好印象的人，这就是注意力的作用。

作为职场人，你要学会运用注意力经济学，吸引老板或者上司的注意力，从而获得升职加薪的机会。你千万不要像空气一样被老板或上司忽略，因为那些不能吸引老板或者上司注意力的人，获得升职的机会要小得多，升职的速度也要慢得多。

趣味经济学小常识

在注意力经济学中，大众的注意力被看作一种资源，而大众将消费

这种资源去接受信息。信息有“好”、“坏”、“无所谓”之分，假如你传递给别人的是“好信息”，那么这种信息就会发挥好的作用——给别人留下好的印象；假如你传递给别人的是“坏信息”，这种信息就会起负作用——给别人留下坏的印象；假如传递的是“无所谓的信息”，则常常不会引起别人的注意，当然也谈不上给别人留下什么好印象了，这些职场经济学常识都是每个职场人必须要知道的。

为什么人会选择休假而放弃加班费

2008年6月17日，法国各大城市约50万人涌上街头，表示对政府准备延长法定工作时间和推迟退休年龄等改革措施的抗议。

我们先不管这则新闻背后的政治含义，先以经济学的眼光来看，这则新闻体现的就是劳动与休闲的选择问题。其实，人一天的时间可以分为劳动时间与闲暇时间两个部分。

劳动与闲暇的时间该如何分配呢？这通常由劳动的价格，也就是实际的工资水平来决定。一般情况下，假如实际工资所得到的效用高于闲暇效用的时候，大部分人就会选择劳动，而不是休息；相反，假如实际工资所获得的效用低于闲暇效用的时候，大部分人就会选择休息，而不是劳动。

假设你现在工作1小时的工资是15元，闲暇1小时就会减少15元的收入，你可能就会想：反正再劳动1个小时的时间也就是获得15元，还不如用这1个小时的时间做些其他的事情，这时你可能就会选择闲暇。而如果现在你的工资增加到每小时50元，闲暇1小时就会减少50元，

那你可能就会考虑增加劳动时间，减少闲暇时间。

当然，当工资增加的时候，并不是所有人都会选择劳动，很多人可能会选择闲暇。因为闲暇是人们的一种正常需求，人们对闲暇的需求会随着工资的上升而增加。也就是说，当人们的收入增加了，就希望多一点时间休息或者娱乐。这也是工资的增加所带来的一种效应——收入效应。当收入上升时，就要增加闲暇时间、减少工作时间。因此，收入效应可以使得劳动供给随着工资的增加而减少。

我国自 1995 年开始实行双休日，1999 年开始实行国庆、五一长假制度；每周只工作 5 天，有些单位还将每天的工作时间缩减为 7 个小时。日工作时间的减少，双休日、长假的增加，使人们的闲暇时间增加了。此外，我国从 2008 年 1 月 1 日起开始实施《职工带薪年休假条例》，这无疑又增加了人们的闲暇时间。

我国近几年来还出台了一项政策，那就是员工在工作时间外加班需付双薪，后又变为节假日付三薪政策，在这种情况下，不少人就会选择减少闲暇时间来加班。

但是伴随经济的不断发展以及人们生活水平的提高，大部分人的思想观念也不断地在发生改变。很多人觉得一个人是否真的富有的重要标志就是是否拥有足够的闲暇时间以及高质量的闲暇生活。换句话说，越来越多的人在劳动以及闲暇之间，更倾向于选择后者。

趣味经济学小常识

劳动是指人们用以谋生并且可以获得报酬的活动，例如在公司上班或者是参加商业活动。闲暇是指人们利用扣除谋生活动、睡眠之外的剩余时间从事的无报酬的活动。

什么是员工福利

伴随我国经济的不断发展，越来越多的企业开始意识到员工福利和企业生产效率二者之间是紧密相连的关系，所以很多企业都已经把员工福利纳入到企业的人事管理当中。

什么是员工福利呢？员工福利都包括哪些内容呢？员工福利是指员工所在单位通过建设集体福利设施、发放各种补贴或实物等形式，来改善员工的物质文化生活。员工福利所涉及的对象包括该单位的员工以及员工家属。

“福利”与“津贴”有什么区别呢？津贴是给予员工在特殊环境下的额外工作补贴，比如夜班津贴、职务津贴以及高温津贴等，通常津贴是以现金形式固定发放的，这也是津贴与福利之间的最大区别，因为福利通常是非现金形式的补偿，例如带薪培训以及带薪休假等。

福利可以看成是工资以外的报酬，通常工资是按照一定的标准、制度发放的，相比之下福利的随意性就大多了。

如今，人们越来越崇尚简约化的生活方式，现在更多的单位趋向于发放简单实惠的福利卡，员工可以到福利卡的签约商户那里刷卡消费。这种福利卡涵盖的范围很广，包括商场、超市、餐饮、健身等领域。除此之外，像饭补、交通补助、通信补助等，都能预存到福利卡里，可谓既简单又方便。

现在，私营企业越来越多，福利待遇不再是国企员工的专利，私企老板已经意识到员工的辛勤劳动对企业的发展有着极为重要的推动作用，

于是也开始想方设法提高他们的福利待遇。国家也不断出台各项政策来保障企业员工的福利待遇。当然，也有极少数企业一味地追求利益，降低成本，无视员工的权益，员工的福利和待遇。这些企业的这种做法，肯定会引发员工的严重不满，从而降低工作效率，使企业形象受损。

我国西部某省有一家煤矿公司，由于资产重组，2006年卖给了一位私企老板。公司内部也发生了重大的变动：一些员工下岗了，一些员工被公司返聘接着上班。可是这些继续上班的员工，获得的待遇却越来越差，这个老板常常找各种借口拖欠他们的工资以及社保金。例如，一名女员工的婚期定在了这个老板刚刚接手公司后不久，可是，这个老板却不给婚假。后来又说，可以请假，不过要按缺勤算，还会影响到年终奖金，婚假时间若超过3天，就要扣除当月的工资。这使得这名女员工结婚第3天就匆匆赶回矿区上班，并且这3天都没有工资。2007年，这名女员工怀孕回家生产，回到公司后，这个老板又拒绝将3个月的产假工资付给她。在与该老板协商无果的情况下，这名女员工将情况反映到了劳动仲裁部门。

这家私企老板的做法给企业员工造成了多大的伤害，而且已经违反了我国的相关法律规定。婚假与产假也是员工福利中的一种。我国的《婚姻法》与《劳动法》有明确的规定：只要是合法结婚者，都能享受3天婚假，假如是晚婚（男性年满25周岁、女性年满23周岁初次结婚），还将增加晚婚假10天。女员工产假不少于90天，其中产前休假15天。在员工休婚假以及产假期间，单位都要发放工资给员工，工资的发放标准与其正常出勤应得的工资一样。

这位私企老板把婚假算做缺勤，还要克扣女员工的年终奖金，并且还拒绝支付产假工资，这些行为都已经侵犯了女员工的合法权益。

其实，员工福利对于企业有以下几个方面的影响：

1. 员工福利可以使员工的凝聚力增强，让每一位员工都有平等感，

降低企业人员的流动率，使企业更加稳定。

2.员工福利可以提高员工士气，激励员工努力工作。

3.从经济学的角度来看，员工福利也是企业的一种投资，会为企业带来更大的效益。

趣味经济学小常识

奖金是工资以外的报酬，可是却并不能等同于福利，两者的区别在于奖金通常是根据员工对企业的贡献大小来发放的，有一定的竞争性；而福利突出的却是公平性，不管员工贡献大小，只要是企业的员工都可以享受。

薪酬设计要公平——薪酬管理

薪酬管理是人力资源管理体系的重要组成部分，它直接关系到企业人力资源管理的成效，对企业的整体绩效影响很大。企业建立灵活有效的薪酬制度对激励员工和保持员工的稳定性具有重大意义。

薪酬体系是指薪酬的构成，一般而言，员工的薪酬包括以下五大主要部分：基本工资、奖金、津贴、福利、保险。

1.基本工资。员工之间的基本工资差异是明显的，一般只能升不能降。企业中常出现部分职位基本工资大大低于市场水平，解决个人收入差异主要靠加班的问题。

2.绩效奖金。一般反映员工的工作业绩的部分为绩效奖金。绩效奖

金及效益奖金的缺少导致薪酬与工作业绩、经济效益脱节。

3.员工福利。福利应是人人都能享受的利益，它能给员工以归属感。福利特别强调其长期性、整体性和计划性。保险其实也属于福利的一种，它是一种对长远利益的保证或者对突发事件的一种预防，社会保险还有强制性的意义。

公司的薪酬设计也需要遵循一定的原则。

(1) 遵循内部公平性。薪酬设计要按照承担的责任大小，需要的知识能力的高低，以及工作性质要求的不同，在薪资上合理体现不同层级、不同职系、不同岗位在企业中的价值差异，如研究生的薪金起点和本科生就不一样；而且，在外部也要保证企业在行业中薪资福利的竞争性，能够吸引优秀的人才加盟，如该行业其他公司都开出了一个 8000 元的薪酬，这个企业当然不能低于 7000 元。

(2) 薪酬必须与企业、团队和个人的绩效完成状况密切相关，不同的绩效考评结果应当在薪酬中准确地体现，实现员工的自我公平，从而最终保证企业整体绩效目标的实现；并以增强工资的激励性为导向，通过动态工资和奖金等激励性工资单元的设计激发员工工作积极性；同时，还应设计和开放不同薪酬通道，使不同岗位的员工有同等的晋级机会。

(3) 确定薪资的水平必须考虑企业的实际支付能力，薪酬水平必须与企业的经济效益和承受能力保持一致。人力成本的增长幅度应低于总利润的增长幅度，同时应低于劳动生产率的增长速度。用适当工资成本的增加引发员工创造更多的经济增加值，保障出资者的利益，实现可持续发展。

(4) 薪酬管理制度和薪酬结构应当尽量浅显易懂，使得员工能够理解设计的初衷，从而按照企业的引导规范自己的行为，达成更好的工作效果。只有简洁明了的制度流程操作性才会强，也才有利于迅速推广，同时也便于管理。

薪酬管理，是指一个组织针对所有员工所提供的服务来确定他们应

当得到的报酬总额以及报酬结构和报酬形式的一个过程。

薪酬管理对几乎任何一个组织来说都是一个比较棘手的问题，因为企业的薪酬管理系统一般要同时达到公平性、有效性和合法性三大目标，企业经营对薪酬管理的要求越来越高，但就薪酬管理来讲，受到的限制因素却也越来越多，除了基本的企业经济承受能力、政府法律法规外，还涉及企业不同时期的战略、内部人才定位、外部人才市场以及行业竞争者的薪酬策略等因素，这里面充满了变数。

另外，薪酬管理相对人力资源管理中的其他工作而言，有一定的特殊性。比如说，薪酬管理是人力资源管理中最敏感的部分，因为它牵扯到公司每一位员工的切身利益。特别是在人们的生活质量还不是很高的情况下，薪酬直接影响他们的生活水平；另外，薪酬是员工在公司中工作能力和水平的直接体现，员工往往通过薪酬水平来衡量自己在公司中的地位。所以薪酬问题对每一位员工来说都很敏感。同时，薪酬管理是员工参与最少的人力资源管理项目，它几乎是公司老板的一个特权。老板，包括企业管理者认为员工参与薪酬管理会使公司管理增加矛盾，并影响投资者的利益。所以，员工对于公司薪酬管理的过程几乎一无所知。

这样，由于敏感性和特殊性，每个公司的薪酬管理差别会很大。另外，由于薪酬管理本身就有很多不同的管理类型，如岗位工资型、技能工资型、资历工资型、绩效工资型等，所以，不同公司之间的薪酬管理几乎没有可参考性，每个企业要根据自身的实际情况建立合理的薪酬管理制度。

趣味经济学小常识

基本工资一般是指劳动者所得工资额的基本组成部分，它由用人单

位按照规定的工资标准支付，较之工资额的其他组成部分具有相对稳定性。基本工资的特点主要是公平性、公开性，以货币形式支付。

为什么你得不到升职

从经济学的角度来看，职场人要想升职必须先要升值。内在的价值决定外在的价格，这是最基本的市场规律。对于职场也是这样。

那么什么是升值呢？升值就是价值的提升，包括经济人的知识和能力两个方面的提升。而对职场人而言，升值包括个人文化知识、工作经验、工作能力等各方面的提升，需要你在工作中不断积累宝贵经验，吸取教训，提高自己的文化知识素质，锻炼自己工作的决策、执行和应变等综合性能力。

对职场人来说，从低级到高级发展的过程就是一个自我实现的过程。在这个过程中，个人能发挥出最大的才华和潜能，而企业是否有发展前途，就看其员工的价值是否得以不断提升，而企业又能不断给这些升值的员工相应足够的升职空间。这两者之间的关系，不仅需要职场人搞清楚，也需要企业单位搞清楚。我们先看看下面这个例子。

美国密歇根火鸡快餐连锁公司在这方面就做得非常出色，它有一套完善的升职机制。这家公司以火鸡为主打产品，每一个职员都有相同的经历，即从基层的实习助理做起。公司努力使其中有责任感和独立自主精神的年轻人获得足够的升职机会，很快成为一名中小企业的管理者。

第一阶段是实习助理。在这个岗位上，有文凭的年轻人需做满6个月。他们要努力在这期间学习保持清洁与服务周到的办法，积累最直接

的管理经验。第二阶段和第三阶段分别是二级助理和一级助理，在这两个阶段，他们开始承担起一部分的管理工作，在小范围的日常实践中摸索经验。第四阶段是参观经理，只有在第二、三阶段获得足够的锻炼，积累了足够的经验时，才有机会升到该阶段。在成为经理之前，公司还要提供在密歇根大学为期 20 天的培训，以补充在管理知识上的不足。如职员能继续学习和锻炼，还有可能升职为公司的巡视员、地区顾问及总部经理。

升职离不开升值，这就需要职场人不断地学习和锻炼，否则不仅不会升值，反而有可能贬值。这个科技与知识发展一日千里的时代，随着知识和技能的折旧速度越来越快，更需要不断通过学习和培训。你只要做到这一点，老板就会对你刮目相看，你会因自己的升值，你才有升职的机会！

对于职场人而言，在职场发展的身份证，姓名不仅仅是一个代号，而是包含了知名度、美誉度、雇主满意度和忠诚度的品牌，是个人谋求职业生涯发展过程更大成功的通行证和开门密码。对于职场人来说，自己的品牌价值就如同产品质量和产品品牌美誉度之对于产品一样至关重要。而如同产品一样，要形成知名品牌，提高品牌价值，就必须有过硬的质量作为基础。

对于职场人来说，建立个人职业品牌的“质量”要求包含两个方面：一方面是职业能力，个人业务技能上的高质量，超凡的工作技能是个人品牌的核心内容。在工作场所，能力不强的人想建立个人品牌是很困难的，就像一个产品，客户服务再好，如果三天两头出现问题，也会让客户下次避而远之。另一方面是指职业精神，这是可信度的保证。

提高身价的途径有多种，不论哪一种，都需要努力和付出，以形成个人的核心竞争力。提高身价可从 3 个层面努力，一是了解自己的喜好，二是了解行业和市场，三是了解自身的竞争力。找出你真正喜欢做的事，

努力使自己在这个方面出色，其他的事情自然就迎刃而解了。记住，成功永远属于有准备的人。

趣味经济学小常识

美国国家研究会的一项调查发现：半数以上的劳动技能在短短的3到5年内就会因为赶不上时代的发展而变得无用，而以前这种技能折旧的期限长达7到14年左右。现在职业的半衰期也越来越短，所有的高薪者如果不继续学习，不到5年就会再次变成低薪者。

频繁跳槽不利于职业发展

陈女士谈到自己的职业规划时说：“我的职业目标，是在35岁之前做到著名外企的中高层经理……”这是陈女士为自己设计的职场上升的最佳路线图。

接着陈女士详细介绍了自己的设想：首先进入某知名外企，做经理助理；一年后跳槽，去另外一家同样水平起点的公司做总经理助理；然后再花一年时间进入一家实力更强的外企，成为总裁秘书；接着可以考虑去一家比较普通的公司应聘经理的职位，如果顺利她会在这个职位上工作两年左右，这个时候自己已经二十七八岁，已经有了相当的职业积累，然后就是出国进修，争取用两年的时间拿到一个硕士学位，期间，她将在国外应聘一个工作，继续职业生涯的积累，时间控制在1到2年之内，然后回国，将以高起点开始新的工作，如此这般，如果一切顺利

的话，她应该花上 12 年左右的时间实现自己的职业目标。

看起来，陈女士的职业规划路线图非常完美，但是也会因为计划过于缜密，完全不允许有一点失误，否则所有的步调都会被打乱。无法想象，陈女士对于自己的未来规划得如此严密，一点余地都不留，步调万一被一些小事情打乱，陈女士怎么应对呢？

或许职场人获得高职位确实需要付出一些异于常人的代价，但是假如不走这样一条像迷宫一样复杂的跳跃上升道路，那些起点不高的职场人就没有机会了吗？其实完全不是这样。职场的漫漫长路，只有几步是最关键的。只要你了解职场规则，恪守勤奋的定律，并提前做好准备，在机会来临时伸出手，就一定会攀上职场的上升之路。即使你的起点是秘书、出纳，甚至前台接线员，你一样可以通过点滴的努力稳扎稳打地做到期望的职位，不必等待机会去跳槽，也不必出国去深造。

事实上，在众多成功的职场人中，大多数是靠着自己的踏踏实实，一步一步才达到如今的职业高度的。尽管具有不同的个性，有的积极主动，有的沉默低调，但他们的成功之路有许多共同点：起点低，没有跳过槽，也没有为了寻求更高的平台中断职业生涯出国求学。

一项调查发现，职场人要取得薪水的快速提升，唯有跳槽，这似乎更加助长了某些人的跳槽欲望。很多持“卧槽不如跳槽”观点的人觉得在同一公司的晋升速度不如更换公司来得快。

的确，有不少人因为跳槽而在数年之内变得位置显赫，而原来同在一处起步的同事却进步甚微。这在实际上成就了上述传言，促使许多人萌生了俟机跳槽的念头，在一个公司服务了几年之后，对于外面的机会就变得格外关注，动辄一试，否则心理就失去平衡。

你不要一味凭借跳槽来实现职场的发展。那些表面上看起来是因为跳槽而飞黄腾达的人并非来自于他们对跳槽的刻意追逐，而是在适当时候抓住了适当的时机。首先，他们的运气非常好，更重要的是，他们之

所以能够抓住机会的背后来源于他们在工作中的不断努力与勤奋。

有些人总是觉得现在的公司待遇不够好，于是别人给出了多一些的薪水他就想跳槽；有些人总是觉得现在的岗位对他来说不够施展，于是别人给了个看起来高一点的职位他也想跳槽；有些人总是觉得现在的上司对他不太好，可是别人不能把“上司”给他挑，于是他只能黑灯瞎火到处跳。跳来跳去，他们才发现天下乌鸦一般“黑”，没有一个上司能够十全十美；那些看起来不错的职位，本质却都没有改变。

很多时候，跳槽只解决了表面的问题，其实在 90%的情况下，现在公司并不见得那么差，未来跳入的公司也不一定那么好。就像《围城》里说的：“城里的人拼命想冲出来，而城外的人拼命想冲进去。”每个公司都有每个公司的问题，没有问题的公司是不存在的。换个环境你都不知道会碰到什么问题，与其如此，不如就在当下把问题解决掉。很多问题当你真的想要去解决的时候，或许并没有那么难。

无论机会来自内部还是外部，没有不断的进取心和努力都是不可能抓住的。在这个意义上，“跳槽”与“卧槽”取胜概率是一致的。到底是跳槽好，还是卧槽好呢？我们如何理性地作出选择？以下两点建议可以帮助你作出判断：

1.分析现状，当前的工作是不是“过期奶酪”

一般情况下，属于“过期奶酪”的工作不外乎两种：

(1) 企业的业绩整体下滑

比如企业管理混乱，人际关系复杂；企业未来发展前景悲观或不甚明朗；行业内整体竞争力受损等。这些都是企业发展的“致命伤”，纵使有些公司真的是“瘦死的骆驼比马大”，可能今年发给你的年终奖比较高，但仍不能改变公司整体业绩下滑的事实，最终的结局大多都是裁员走人。

(2) 企业根本无意留人

有些企业过于关注经济效益，而没有维护优秀员工的意识。没有开

放式用人理念和优质用工环境的企业，最终将会因为优秀人才的流失而失去竞争之本，从而成为“过期奶酪”。

2. 分析机会，能否带来长远的发展和回报

首先要做好对新就业目标企业的分析。建议可从以下几方面入手分析公司的发展前景：

- (1) 公司的实力、背景、发展潜力。
- (2) 公司战略发展方向、产品结构和市场空间。
- (3) 公司的企业文化、培训体制。

3. 评估个人的职业发展现状和目标

(1) 对自己先进行合理的职业定位，分析自己的职业气质和能力能否适合新的职位。

- (2) 分析自身的核心竞争力，确定自己的强项在哪里。
- (3) 对自己进行合理的身价评估。
- (4) 确定正确的目标公司。

趣味经济学小常识

金字塔原理：即越靠上的位置越少，相对而言晋升机会就越小，在一个公司范围内机会自然就更少。

要放弃待价而沽的想法

某公司欲在尚未毕业的大学生中招聘一位职员，有四个应征者初选

过关。总经理要求四人各写一个求职意向，并且注明希望的待遇。

甲写道：“我的月薪要在三万元以上，否则不予考虑。”乙写道：“月薪能否提高些，起码要能填饱肚子。吃不饱，哪有心思工作？”丙写道：“总经理，我对薪水的多少不太看重，但要给我锻炼的机会，如能有让我锻炼的机会，不给钱也无所谓。”丁写道：“经理，月薪的多少可以反映出公司对我的信任程度和重视程度，我很想知道我的月薪能有多少。”

总经理审阅后选定丁为总经理办公室秘书。有人不解，问总经理为什么不选其他三人，总经理说：“一个人的薪水观可以反映出他的职业素质和修养。甲对薪水看得太重，他凭什么要求每月薪水三万元以上。这种员工只会为薪水工作。乙是典型的只为领薪水吃饭，没有更高的追求，当然也就不会在工作中发挥主动性和机动性了。丙则是野心太重，对薪水满不在乎而只求锻炼而已，这种员工往往不会在一个地方待得太久，一段时间后就会跳槽而去。丁机智灵活，既要求高薪却也懂得委婉，让人觉得值得信赖。”

这位总经理仅从个人要求薪水这一微小却又敏感的小事上，就看出员工的心理特征和个人特质。所以，职场人的薪水观直接影响到老板的看法。

按照经济学理性人的假设，每个人都想获得最大的利益。同样职场人哪个不想获得高薪和加薪呢？对上司表现出心诚、对工作尽职尽责、对上司投其所好、曲意逢迎等，这样做为的是什么？当然是想升职、想加薪，即使是在公司里证明自己的能力，也得透过加薪和晋升来展现。然而，许多人想加薪、想升职却总无法如愿以偿，其中难免有对待遇认知不一的原因。比如：有的人不切实际，妄想薪水“一步登天”。

其实，个人薪水多寡与很多因素有关，如个人的能力和贡献、公司业绩状况与上司的看法、社会的物价水准等。这其中占主导地位的是个

人的能力和贡献，一般来说，贡献越大，加薪和升职的机会也会比其他同事大。但是，假如你是新进人员，而且表现并不出色，却想拿比别人高的薪水当然是不可能的。如果你想拿到月薪十万，那必须“物有所值”，上司不可能白给你薪水。事实上，高薪收入往往是从低薪开始，如今月薪十几万的经理，过去也是从每个月只有一两万元的小职员做起。

当然，只有个人的能力和贡献还不能达到加薪升职的目的，还得走些“快捷方式”。有人抱着“待价而沽”的原则不放，一定要自己的薪水与其工作业绩“相符”。原则上说的确应该如此，但实际却不像原则那样简单，“相符”的情况非常少。虽说上司的利润一部分是从你创造的价值中来，但你从上司那里得到的不仅是薪水，还有工作机会和工作经验，这对就业市场竞争十分激烈的职场新人而言更为重要。但是，这也不是说薪水不重要，只是你必须对待遇抱持正确而健康的态度。大多数员工都希望加薪，这很正常。然而身为上司，加薪就意味着要从自己的口袋里掏钱出来给别人，一般来说谁也不太愿意。

这下子主雇间的矛盾便出现了，一方想要加薪而另一方却不愿掏钱出来，怎么办呢？有的说：“算了吧，要求加薪，若技巧不好，反而会得罪上司，目前的薪水还勉强过得去，何必去开口要求造成尴尬呢？”这种想法就太“保守”了，在职场，刚开始我们可以抱着学习的态度，但是最终我们是为了谋取生存利益而来。况且，按照按劳分配的原则，当你的付出逐渐增多，创造的价值逐渐增大，相应的报酬增加也是理所当然的。另外，如果你一再忍让，实际上是在姑息老板，有你的负面榜样存在，他也会考虑对别人如此，这样既对你不公平，对别人也不公平。所以职场人必须持有正确的薪水观。

趣味经济学小常识

劳动力也是商品，你领薪水是你工作能力的价值。如果你不向上司要求高薪，上司倒认为你能力平庸。如果你认为上司看到你的成绩就会自动加薪，那你就想错了。富有“人情味”的上司是非常稀有的，即使他很清楚地看到你的业绩和忠诚也会假装没看见，毕竟加薪的钱是从他钱包里拿出来的。既然如此，你就要主动向上司提出加薪。当然你的要求不能太“贪婪”。如果你狮子大开口，肯定会被上司拒绝。

为什么大学生会沦为蚁族

蚁族是最近几年的新鲜词，但是这个词让很多大学生充满了对未来的担忧。“蚁族”既有来自重点大学的毕业生，也有来自地方院校、民办高校的毕业生；他们主要从事保险推销、电子器材销售、广告营销等临时性工作，有的甚至处于失业和半失业状态，全靠家里接济度日；他们平均月收入低于2000元，大多数没有“三险”和劳动合同；他们的人均居住面积不足10平方米，主要聚居于城中村、城乡结合部或近郊农村，形成独特的“聚居村”。北京的蚁族一般聚集在房租低廉的京郊，白天，他们像蚂蚁一样汇聚到市中心；傍晚，他们拖着疲惫的身躯回到京郊的上下铺。唐家岭是海淀区最靠边的一个村子，这里看不出任何京都的气息，可以说是典型的城乡结合部。但是唐家岭交通的便捷，生活成本的低廉，大量合法和违法建设的出租房屋，使刚刚毕业的大学生在此落脚成为可能，形成聚居。

小峰从中国地质大学毕业后，在广州一家公司做事，由于不堪忍受公司内部复杂的办公室关系想辞职。同学小良是劝小峰来北京。初到唐家岭，小峰非常失落，一切又得从头开始。2008年，小良被国家工商总局招去做了安保人员，朝九晚五，包吃包住，除了每月工资1200元稍有遗憾外，工作也不繁重。后来，小峰的工作调整为专门负责信访接待。2009年小峰找到一份稳定的工作，月薪3000~4000元。在女朋友的要求下，小峰搬离了唐家岭。小峰说：“现在就算闭着眼睛，也能摸清在外人看来迷宫般曲折幽深的胡同。”

那么，我们应该以什么态度来对待蚁族现象呢？下面我们就用经济学来分析一下蚁族现象。

按照资本的投入及收益来看，高学历应该是高收入，但“蚁族”的出现呈现了高学历低收益。“蚁族”的出现与高等教育大众化带来的“去精英化”有关，大学生由优势群体转为相对弱势群体。近年来，大学生毕业期待薪酬停滞不前，甚至有下降趋势，便是对此的反应。从低收入的大学生毕业生聚居群体身上，我们可以明显感知，大学生身价下跌的严重程度。社会已经形成大学毕业之后没有实现正常就业以及不得不从事中低学历要求的、待遇较低职业的大学生群体。导致大学生群体成为“蚁族”的经济学原因是劳动力过剩。简单地说，就是大学生的需求远远小于大学生的供给而导致大学生身价的下降。

时至今日，劳动力过剩已经不仅仅是一个困扰低学历者的问题，一大批高学历者也加入到失业大军的行列中，并且增长的趋势令人担忧。有关专家认为：在上大学费用急剧膨胀的今天，人们之所以上大学，最重要的原因之一就是希望把学位作为一张获取地位高、收入多的工作的门票。而这张门票却不再有效了。“80后”向上流动的机会相对要少，渠道也没那么顺畅。尽管“蚁族”不至于沦为最底层，但在社会地位上却处于“要上不上，要下不下”的尴尬境地。

看到大学毕业生所遭遇的困境，我国著名职业经理人唐骏说：“高校和有关教育部门在就业问题上不能只关注数字，更应该看到数字下面毕业生真实的生存状况和他们渴望教育体制改变的无力挣扎。”

趣味经济学小常识

大学生供给的过多造成了“蚁族”一群的现状，也许短时间内这个现状难以解决和消除。而大学生也应该结合社会的需要，努力锻炼自己的本领，改变毕业即被过剩的局面。

利用稀缺性打造竞争力

小孙大学毕业时家人托关系让其进入了一个国营进出口公司。两年后，他离开了这家公司。之后进入了一家五星级酒店。由于当时正好刚拿了一个MBA，非常顺利的，小孙被任命为总经理助理兼办公室主任。

在这家酒店，小孙负责人员聘用，工资、奖金的发放，公司制度的制定及对外联络等。但是老板是个十分武断的人，不喜欢听到不同意见。小孙为人直爽，对一些看不惯的管理问题总是直言不讳，为此不仅没得到老板的垂青还得罪了不少同事，工作很不愉快的他决定辞职。小孙辞职后，发誓一定要找一个比原来更好的工作，非经理职位不做。但多次投递简历，得到回应的寥寥无几。

生活中，像小孙这样的例子不在少数，由于各种各样的原因动辄就换工作，频繁跳槽。当然也不排除在金融危机的处境下，不同行业的公

司都以减产、降薪、裁员等方式来化解危机带来的经营风险，无疑又增加了就业的难度。众多职场人如何顺利地渡过经济寒冬，怎样让自己的职业生涯有更好的发展呢？最关键的是我们必须用“稀缺”来塑造自己的职业竞争力，这样才能化危机为转机。小孙的主要问题在于“稀缺”竞争力不强，不管是从专业知识还是管理水平都不具备竞争的优势。再加上频繁跳槽，行业和职位相关度均不高，所以他在职业选择上游移不定，就无法积累某个领域的核心知识和经验，在个人竞争中无法形成自己的“稀缺”竞争优势。

无论是在职者还是求职者，都应该用“稀缺”来打造自己相对优势的竞争力，让自己成为公司里不可替代的那个人。“稀缺”竞争力不是泛泛地了解一些知识和经验，至少在专业知识上，你要比同行知道得更多，做得比别人更好。

当今职场中，老板对于员工最有效的恐吓之一就是——你不干，门外有的是人在等着干。这种感觉当然让人相当的不快。不过，在就业竞争异常激烈，劳动力远远供大于求的中国，老板说的可能真是事实。如果正如老板所言，那么你也确实没有什么选择的余地，只好委曲求全，仰人鼻息，而且此时你的职业是非常不安全的，因为你随时都有可能被别人所替代。

如何成为职场中不可替代的人，或许是每个职场人都在思考的问题。要成为公司不可替代的人，你可以从以下几个方面入手做起：

1. 知道自己的长处和短处

没有人是完美无缺的，有长处就一定会有短处，或者，更普遍的情况是，某种情况下的长处，在另外一种情况下，也许恰恰就成了短处。这正是这个世界的奇妙之处。

清楚地知道自己的所长和所短，而不是想当然地认为，这些特长是使自己成为不可或缺角色的最重要的前提，好比一个身高腿长的人不是

去从事跳高，或长跑，而是选择了举重，那通常只会有令人沮丧的结果。

如果你不能清楚地知道自己的长处和短处，有两个办法可以帮助你进一步去认识自己。一个是你回忆一下自己的历史，把所有你做的比较突出的事情都列出来（不一定是最好），看看这些事情有什么共同的品质和特点。你已经证明的，恰恰就是你擅长的。如果你对此还不够自信，还可以请教一下周围的同事或同学的想法，了解一下他们眼中你的长处和短处。在此基础上，形成自己的判断。

2. 否能发挥自己的专长和兴趣

在职场，很多的人都在从事着自己并不喜欢，甚至并不能发挥所长的工作，却囿于各种各样的原因而不敢或不愿意改变，自然他们的工作也无法有更出色的表现，没有什么比一个适合跳高的天才，却练了一辈子举重更残酷的事情了。很多人不肯舍弃嘴边的鸡肋，只是因为缺乏远见和勇气，不敢去追求也许要经过一番拼搏和努力才能获得的，然而就在不远处的大鸡腿。结果耽误了自己。

如果你觉得现在的工作并不能发挥你的专长和兴趣，甚至背道而驰，那你就考虑换一个岗位，甚至换一份工作了。虽然，也许你会有暂时的利益损失，但是从长远来看，无疑那更加的值得。因为你没有浪费你最宝贵的资产——你的时间。而对任何人来说，在错误的方向上走得越久，就意味着回头的时候，所要支付的机会成本越高昂。

当然，这么说并不意味着你要以一种冲动武断的方式，去解决目前的困境。耐心一点，等待一下，也许过一段时间，事情就会有所转机。不过，找一个机会，诚恳而委婉地和你的顶头上司交流一下你的想法和感受，虚心听听他的意见和想法，这依然是非常重要的。

一个明智的领导，是会考虑下属的感受和状态的，毕竟让下属人尽其才，得到施展和发挥，才能为单位创造出更大的价值，知人善用，也正是一个领导的职责所在。如果你非常幸运，现在的工作正是你所喜爱

和擅长的，那么，你就要全力以赴，力争成为这一领域专业知识最多，或者专业技能最强的人。然而，要做到这一点，除了努力，别无他法。

3. 提高自己的业务能力和创新能力

你应该在工作中，每一天都去考虑用什么样的方法能将你的工作变得更快、更好、更有效率、更有成果。从本质上来说，这个世界上只有两种人不可被替代，一种就是某一领域的最强者，另外一种人就是创新者。前者无人能敌，后者则永远走在了别人的前面。创新是一种宝贵而稀缺的能力，是弱者战胜强者的唯一机会。

趣味经济学小常识

不管你是否成为了某一方面的最强者，或是创新者，你都需要证明，你为老板创造的价值，远远大于老板向你支付的薪水。

为了帮助广大读者全面系统地学习
经济学，我们精心编写了这本名为《学
会经济学钱就好赚了》一书，本书注重
普及性与实用性，结合了最新的社会经
济现象，详细地介绍了这些现象背后的
经济学原理与常识。本书通俗易懂，生
动有趣，可谓是一本专门写给年轻人的
经济学百科全书。

CPI

GDP

PPI

ISBN 978-7-5044-7441-4



9 787504 474414 >

定价：32.80元